



**ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN JA  
ASIAKASPOTENTIALIN  
SELVITTÄMINEN KAHVILA-RAVINTOLA  
CATERINASSA**

**Jaakko Kero**

**Opinnäytetyö**

**Toukokuu 2006**



**JYVÄSKYLÄN  
AMMATTIKORKEAKOULU**  
*Matkailu-, ravitsemis- ja talousala*

Tekijä(t) KERO, Jaakko	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 78	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____saakka	
Työn nimi ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN JA -POTENTIAALIN SELVITTÄMINEN KAHVILA-RAVINTOLA CATERINASSA		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) MERTANEN, Enni		
Toimeksiantaja(t) Kahvila-Ravintola Caterina		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Toimeksiannon tavoitteena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä kahvila-ravintola Caterinan tarjoamiin kahvila- ja lounaspalveluihin, asiakkaiden tietoisuutta yrityksen tarjoamista palveluista ja saada informaatiota mahdollisista kehittämis ehdotuksista. Yhtenä tavoitteena oli myös selvittää, miksi kaikki sairaalan työntekijät eli potentiaaliset asiakkaat eivät käytä kahvila-ravintola Caterinan tuottamia palveluja.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin sekä sähköposti- että paperilomakekyselyä. Kysely toteutettiin Keski-Suomen keskussairaalassa 30.11. – 9.12.2005 välisenä aikana. Kysely lähetettiin noin 2 700 henkilölle. Vastauksia kertyi yhteensä 927 kappaletta. Vastausprosentiksi muodostui 34,3 %. Kyselyn tulosten avulla kahvila-ravintola Caterinan toimintaa kehitetään entistä asiakaslähtöisempään suuntaan. Tulosten pohjalta laaditaan myös toiminnan kehittämisohjelma, jonka avulla vastaajien toiveita täytetään mahdollisuuksien mukaan.</p> <p>Kyselyn tulosten perusteella asiakkaat olivat tyytyväisiä kahvila-ravintola Caterinan tarjoamiin palveluihin. Toiveissa oli tiedon lisääminen ruoan ravitsemuksellisesta laadusta, ruoan sisältämästä energiasta ja raaka-aineista sekä lounaan ateriahinnan muodostumisesta. Tämän lisäksi erityisen toivottuja olivat eri maiden ruokakulttuurit ja juhlapyhiin liittyvät teemapäivät.</p> <p>Asiakkaat antoivat erittäin arvokasta palautetta kahvila-ravintola Caterinan toiminnasta. Kyselyn pohjalta saatuja tuloksia käytetään hyväksi kahvila-ravintola Caterinaan tehtävässä seuraavassa opinnäytetyössä, joka on markkinointisuunnitelma asiakasmäärien kasvattamiseksi tulevaisuudessa. Nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyden ylläpitämisen lisäksi uusien asiakkaiden hankkiminen on yksi tulevaisuuden haaste kahvila-ravintola Caterinassa. Tietoisuutta lisäämällä on mahdollista kehittää laadukasta toimintaa.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Asiakastyytyväisyys, henkilöstöruokailu, kysely, ravitsemus		
Muut tiedot		

Author(s) KERO, Jaakko	Type of Publication Bachelor's thesis	
	Pages 78	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title CUSTOMER SATISFACTION AND POTENTIAL SURVEY IN CAFE RESTAURANT CATERINA		
Degree Programme Degree Programme in Service Management		
Tutor(s) MERTANEN, Enni		
Assigned by Cafe Restaurant Caterina		
Abstract <p>The goal of this assignment was to study customer satisfaction towards cafeteria and lunch services at the Cafe restaurant Catherina. In addition the customers' knowledge about the services offered by the company and information about the operations to be developed were studied. One target was also to find out why all the potential customers do not use the services of the Cafe restaurant Caterina.</p> <p>Both e-mail and paper surveys were used as research methods. The survey was conducted in the hospital of Central Finland during the time of 30.11. - 9.12.2005. Through the results the operation of the Cafe restaurant Caterina will be developed into more customers friendly. On the basis of the results a development program will be established and in that program the wishes of the respondents will be answered.</p> <p>According to the results of the customers were satisfied with the services of the Cafe restaurant Caterina. They wished that in the future they would get more information about nutritional quality, energy intake and ingredients used. They would also like to know how the price of the lunch is calculated. In addition the customers wished to have ethnic lunch dishes and theme days related to national holidays.</p> <p>Customers gave the most valuable feedback on the services of the Cafe restaurant Caterina. The results will be used also in another Bachelor's thesis which is to make a marketing plan for the company and its goal is to get more customers in the future. To get new customers is one of the most important tasks in the future in the Cafe restaurant Caterina. Besides that they will have to keep their regular customers satisfied with the services. By adding the knowledge it is possible to develop services of good quality.</p>		
Keywords Customer satisfaction, staff restaurant, survey, nutrition		
Miscellaneous		

## SISÄLTÖ

1 KOHTI PAREMPAA ASIAKASTYYTYVÄISYYTTÄ .....	4
2 KAHVILA-RAVINTOLA CATERINA.....	5
2.1 Liikeidea .....	5
2.2 Henkilöstö .....	6
2.3 Fyysiset tilat, toiminta-alue ja ympäristö .....	6
2.4 Ruokailu sairaalassa .....	7
3 HENKILÖSTÖRUOKAILU.....	8
3.1 Ravitsemussuositukset .....	8
3.2 Henkilöstöravintolat.....	10
3.3 Ruokailu vuorotyössä.....	11
3.4 Henkilöstöruokailu vs. eväät.....	11
4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS .....	13
4.1 Mitä on asiakastyytyväisyys?.....	13
4.2 Miksi asiakastyytyväisyystutkimuksia tehdään? .....	14
4.3 Miten asiakastyytyväisyyttä mitataan? .....	15
5 ASIAKASKYSELY KAHVILA-RAVINTOLA CATERINAAN .....	17
5.1 Tutkimusongelma .....	17
5.2 Kohderyhmä.....	18
5.3 Kyselylomake .....	18
5.4 Tutkimuksen luotettavuus .....	20
5.5 Kyselyn toteutus ja analysointi .....	21
6 KYSELYN TULOKSET.....	23
6.1 Vastaajien taustatiedot.....	23
6.2 Lounaspalvelut .....	27
6.3 Kahvilapalvelut .....	32
6.4 Vastaajien tietoisuus Caterinan tarjoamista palveluista .....	39
6.5 Vastaajien ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi .....	40
6.6 Vastaajien kokonaisarviot Caterinan toiminnasta .....	44
6.7 Asiakaskyselyn tulosten tiedottaminen 30.1.2006 .....	48
6.8 Lehtijuttu henkilökunnan Mitä kuuluu – lehteen.....	49
7 POHDINTA .....	50
LÄHTEET .....	59

## LIITTEET

Liite 1 Asiakaskyselyn yhteydessä lähetetty saatekirje vastaajille .....	61
Liite 2 Kahvila-ravintola Caterinan ilmoitus asiakaskyselystä ruokalassa .....	62
Liite 3 Asiakaskyselyn kirjallinen versio .....	63
Liite 4 Ilmoitus asiakaskyselyn palkinnon voittaneista.....	68
Liite 5 Lehtijuttu sairaalan henkilökunnan Mitä kuuluu – lehteen .....	69

## TAULUKOT

TAULUKKO 1. Ammattiryhmien väliset suhteet (n=924) ja vakanssien lukumäärä Keski-Suomen keskussairaalassa .....	26
TAULUKKO 2. Vastaajien noudattamat ruokavaliot (n=924) .....	26
TAULUKKO 3. Vastaajien yksilölliset erityisruokavaliot (n=24) .....	27
TAULUKKO 4. Lounaspalveluiden käyttötiheys ammattiryhmittäin.....	29
TAULUKKO 5. Kahvilan käyttäjät ammattiryhmittäin (n=905) .....	33
TAULUKKO 6. Kahvilan käytön “muut perusteet” (n=68).....	35
TAULUKKO 7. Kahvilapalvelujen käyttämättömyyden perusteet, “muu peruste” (n=113).....	38
TAULUKKO 8. Vastaajien tietoisuus kahvila-ravintola Caterinan tarjoamista palveluista.....	39
TAULUKKO 9. Vastaajien toiveita palvelujen kehittämiseksi.....	41
TAULUKKO 10. Vastaajien toiveet teemapäivien kohdemaista .....	43

## KUVIOT

KUVIO 1. Asiakaskyselyn vastaajien sukupuoli (n=910) .....	23
KUVIO 2. Vastaajien ikäjakauma (n=925).....	24
KUVIO 3. Ammattiryhmien väliset erot sukupuolia verrattaessa (n=924) .....	25
KUVIO 4. Lounaspalveluita käyttävien vastaajien palveluiden käyttötiheys (n=923).....	28
KUVIO 5. Lounaspalvelujen käytön perusteet .....	29
KUVIO 6. Lounaspalveluiden käyttämättömyyden perusteet ammattiryhmittäin.....	31
KUVIO 7. Vastaajien kahvilapalveluiden käyttötiheys (n=908) .....	32
KUVIO 8. Kahvilapalvelujen käytön perusteet ammattiryhmittäin.....	34
KUVIO 9. Miesten ja naisten kahvilapalvelujen käyttämättömyyden perusteet .....	36

KUVIO 10. Kahvilapalvelujen käyttämättömyyden perusteet ammattiryhmittäin.....	37
KUVIO 11. Millä tavoin kahvila-ravintola Caterinan palvelua voitaisiin kehittää?....	40
KUVIO 12. Vastaajien mielipiteet kahvila-ravintola Caterinan yleisvaikutelmasta ...	44
KUVIO 13. Miesten ja naisten mielipiteet kahvila-ravintola Caterinan palvelun laadusta .....	45
KUVIO 14. Vastaajien mielipide ruoan laadusta kahvila-ravintola Caterinassa .....	46
KUVIO 15. Vastaajien odotusten täyttyminen kahvila-ravintola Caterina ssa.....	47
KUVIO 16. Lounas (lämmin pääateria) työpaikkaruokailussa v. 2004 toimintolaskennan tiedoilla .....	56

# 1 KOHTI PAREMPAA ASIAKASTYYTYVÄISYYTTÄ

Ravintoloiden on jatkuvasti tehostettava toimintatapojaan ja löydettävä uusia innovaatioita toiminnan kannattavuuden parantamiseksi ja kilpailukyvyn turvaamiseksi.

Opinnäytetyöni toimeksianto tuli Mara-yritysklinikalle Keski-Suomen keskussairaalan kahvila-ravintola Caterinasta. Toimeksiannon tavoitteena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä kahvila-ravintola Caterinan tarjoamiin kahvila- ja lounaspalveluihin ja asiakkaiden tietoisuutta yrityksen tarjoamista palveluista sekä saada informaatiota mahdollisista kehittämistoimenpiteistä. Yhtenä tavoitteena oli myös selvittää, miksi kaikki sairaalan työntekijät eli potentiaaliset asiakkaat eivät käytä kahvila-ravintola Caterinan tuottamia palveluja.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin sähköpostikyselyä. Kaikilla kyselyn piiriin kuuluvilla ei kuitenkaan ollut mahdollisuutta vastata sähköiseen kyselyyn, joten heitä varten kyselystä laadittiin paperilomake. Kyselyn päämääränä oli selvittää asiakkaiden mielipiteet ravintola Caterinan palveluista sekä paneutua myös esiin tuleviin ongelmiin ja kehittämiskohteisiin toiminnan tehostamiseksi. Asiakkaiden toiveiden kartoitus, kahvio- ja ruokapalvelusta tiedottaminen sekä tunnettavuuden lisääminen potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa olivat asiakastyytyväisyyskyselyn tavoitteina. Kysely lähetettiin yhteensä 2 600 keskussairaalan työntekijälle. Vastauksia kyselyyn kertyi 927 kappaletta, jolloin vastausprosentiksi muodostui 35,7 %.

Asiakastyytyväisyyskyselystä yhteenvedona saatuja tuloksia hyödynnetään myöhemmin toiminnan kehittämiseksi. Tulosten avulla laaditaan toimenpideohjelma sekä markkinointisuunnitelma, joiden päämäärinä ovat asiakasmäärien kasvattaminen, ravintolan tunnetummaksi tekeminen potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa sekä toiminnan kehittäminen entistä asiakaslähtöisempään suuntaan. Oman opinnäytetyöni jatkoksi tullaankin tekemään toinen opinnäytetyö, joka keskittyy kahvila-ravintola Caterinan markkinointisuunnitelmien kehittämiseen ja toteuttamiseen asiakasmäärien lisäämiseksi.

## **2 KAHVILA-RAVINTOLA CATERINA**

### **2.1 Liikeidea**

#### **Mitä?**

Ruokapalvelun liikelaitos Caterina vastaa Keski-Suomen sairaanhoitopiirin ruokapalveluista. Caterina hoitaa ruokapalvelun keskussairaалassa, sädesairaалassa, Kinkomaan, Haukkalan, Kangasvuoren ja Sisä-Suomen sairaaloissa. Ruokapalvelun missiona on edistää keski-suomalaisien terveyttä ja toimintakykyä tuottamalla laadukkaita ruokapalveluja kilpailukykyisesti eri asiakasryhmille. (Kahvila-ravintola Caterinan esittely hallitukselle, 2005.)

Kahvila-ravintola Caterina tarjoaa asiakkailleen aamiaista, lounasta, kahvilapalveluja, tilaustarjoilua ja kabinettivuokrausta kokouksia ja palavereja varten. Perjantaisin on myynnissä myös ruokia ja leivonnaisia kotiin vietäväksi.

#### **Missä?**

Kahvila-ravintola Caterina sijaitsee Keski-Suomen keskussairaalan yhteydessä. Ravintola palvelee asiakkaitaan arkisin kello 7.30 - 16.30. Lounasta tarjoillaan kello 10.30 - 15.30 välisenä aikana. Viikonloppuisin ja arkipyhinä ravintola on avoinna kello 8.00 - 15.00, ja lounasta tarjoillaan tuolloin kello 11.00 - 14.00.

#### **Miten?**

Caterinan perustehtävänä on tarjota asiakkailleen hyvää ruokaa sekä asiakaskohdattaisia palveluratkaisuja. Tavoitteena on ottaa huomioon asiakkaiden muuttuvat tarpeet sekä kehittää toimintaa sen pohjalta. Jotta tämä tavoite saavutettaisiin, tulee jokaisen työntekijän sitoutua yhteisiin tavoitteisiin ja toimia yhteisten arvojen mukaan eli asiakaslähtöisesti, laadukkaasti ja yhteistyössä muiden työntekijöiden kanssa.

#### **Kenelle?**

Ruokapalvelun liikelaitos Caterina tuottaa ruoka- ja tarjoilupalveluita Keski-Suomen sairaanhoitopiirin potilaille, henkilökunnalle ja vieraille sekä myy palve-



lujaan Jyväskylän kaupungin vuoristosairaalalle ja Jyväskylän yksityissairaalalle. Lisäksi palveluita käyttävät koulutustilaisuuksiin osallistuvat, työssäoppijat, potilaiden omaiset sekä poliklinikkapotilaat. Caterinan ravintolat eri sairaaloissa ovat avoinna kaikille asiakkaille. Caterina on Keski-Suomen sairaanhoitopiriin omistama kunnallinen liikelaitos. Ruokapalvelun liikelaitoksen johtajana toimii Anja Lehto. (Kahvila-ravintola Caterinan esittely hallitukselle 2005.)

## **2.2 Henkilöstö**

Ruokapalvelun liikelaitoksessa työskentelee yhteensä 74 työntekijää, joista 7 on osa-aikaeläkkeellä. Keskussairaalan ruokapalvelukeskuksen valmistuskeittiössä työskentelee 40 työntekijää ja tämän lisäksi 3 työntekijää liikelaitoksen toimistossa. Henkilöstö koostuu ruokapalvelupäälliköistä, kokeista, tarjoilijoista, ravitsemussuunnittelijasta ja toimistotyöntekijöistä. Lisäksi Caterinan henkilökuntaa täydennetään sairaustapauksissa sekä lomien tuurauksissa ekstra-palvelun kautta. (Kahvila-ravintola Caterinan esittely hallitukselle 2005.)

## **2.3 Fyysiset tilat, toiminta-alue ja ympäristö**

Kahvila-ravintola Caterina on rakennettu vuonna 2002. Monista muista ruokapalveluyksiköistä poiketen kahvila-ravintola Caterina on uudisrakennus. Ruokapalvelun valmistuskeittiössä valmistetaan ruokaa kahvila-ravintola Caterinaan sekä Haukkalan jakelukeittiöön. Aterioita tehdään päivittäin yhteensä 2 200 annosta. Työskentelytilat ja ruokasali ovat erittäin avarat, minkä vuoksi niissä on mukavaa sekä työskennellä että asioida. Kahvila-ravintola Caterinan ruokapalvelupäällikkönä toimii Anne Ahonen. Asiakaspaiikkoja Caterinassa on yhteensä 150. (Laurila-Onttinen 2005.)

Liikelaitoksella on muitakin toimipisteitä. Kinkomaan sairaalassa valmistetaan 250 - 300 aterialla päivässä. Siellä työskentelee 13 työntekijää. Kangasvuoren sairaalassa valmistetaan yhteensä 450 aterialla päivittäin 10 työntekijän voimin. Sisä-Suomen sairaalassa tuotetaan 250 aterialla päivässä ja se työllistää 7 työntekijää. Sisä-Suomen sairaala sijaitsee Sumiaisissa. (Kahvila-ravintola Caterinan esittely hallitukselle 2005.)

## **2.4 Ruokailu sairaalassa**

Sairaalassa tarjottava ruoka suunnitellaan valtakunnallisen sairaalaruokasuosituksen mukaiseksi. Ravitsemuksellisesti täysipainoinen ruoka edistää potilaan hoidon onnistumista ja nopeuttaa toipumista. Ruoka sopii tarjottavaksi useimmille potilaille sellaisenaan, esimerkiksi diabeetikoille ja sydänpotilaille. Ruokaan liittyviä asioita kysytään potilailta sairaalan tulohaastattelussa, jossa selvitetään potilaan erityisruokavaliot ja mahdolliset ruoka-aineallergiat, jotta ruokailu voidaan toteuttaa mahdollisimman hyvin sairaalassa oloaikana. Sairaalassa ruokailut koostuvat viidestä eri ateriasta päivän aikana: aamupalasta, lounaasta, välipalasta, päivällisestä ja iltapalasta. Sairaalaruokasuositusta noudatetaan myös potilasruokien anostelussa. (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri 2005.)

## 3 HENKILÖSTÖRUOKAILU

Kaikilla työssä käyvillä tulisi olla mahdollisuus nauttia ravitseva ja kohtuuhintainen ateria työvuoron aikana. Työpaikkaruokailun tavoitteena on ylläpitää ja edistää työntekijän terveyttä ja työtehoa. Tämän lisäksi ateriahetki on myös virkistävä tauko työnteon lomassa ja antaa samalla mahdollisuuden sosiaalisen kanssakäymiseen. (Airaksinen ym. 1994, 74.)

Henkilöstöruokailu on hyvin tärkeä muutenkin kuin vain virkistävän tauon antajana. Hyvin järjestetyn ruokailun avulla ruokailijat saavat esimerkillistä ravitsemuskasvatusta ja oppia oikeanlaisista ruokailutavoista ja -tottumuksista. Monipuolisten ja terveellisten valintojen avulla henkilöstöravintolan asiakkaat voivat omaksua terveelliset tavat myös osaksi omaa ja perheen ravitsemusta. (Airaksinen ym. 1994, 77.)

Tiedottamisen avulla voidaan parantaa henkilöstöravintolan asiakastyytyväisyyttä. Palautteen antamisen pitää olla helppoa ja annettuun palautteeseen tulee myös reagoida mahdollisimman nopeasti. Asiakkaiden toiveista ja tarpeista voidaan ottaa hyviä ideoita toiminnan kehittämiseksi ja asiakastyytyväisyyden parantamiseksi. Yrityksen on erittäin tärkeää osoittaa tekemisellään, että yritys on asiakkaita varten ja että kaikella tekemisellä pyritään takaamaan asiakkaiden tyytyväisyys.

### **3.1 Ravitsemussuosituks**

Vuoden 2005 ravitsemussuosituksen mukaan hiilihydraattien osuuden ravinnosta pitäisi olla 50 - 60 E %. Väestötason tavoite, jota käytetään suunnittelussa, on 55 E %. Kuitupitoisten hiilihydraattien määrää kannattaisi lisätä ja vastaavasti taas puhdistettujen sokereiden määrää vähentää. Proteiinin suositeltava saanti on 10 - 20 E % ja väestötason tavoite, jota käytetään suunnittelussa, on 15 E %. Proteiinin saanti on väestötasolla riittävää, eikä muutoksiin näin ollen ole tarvetta. Suolan käytössä saanniksi suositellaan 6 grammaa vuorokaudessa naisille ja 7 grammaa vuorokaudessa miehille. Natriumin saantia on suositeltavaa vähentää vähitellen, erityisesti ruokasuolan käyttöä rajoittamalla. Suolan saantisuositus on hieman

edellistä suositusta korkeampi, mitä perustellaan sillä, että uusi suositus on realistisempi saavuttaa lyhyessä ajassa. Rasvojen suositeltava saanti on 25 - 35 E % ja väestötason tavoite, jota käytetään suunnittelussa, on 30 E %. Tyydyttyneiden ja transrasvahappojen eli kovien rasvojen saantia on syytä vähentää ja kerta- ja monitydyttämättömien rasvahappojen osuutta lisätä. Tyydyttyneiden ja transrasvahappojen prosenttiosuus kokonaisenergiansaannista saisi olla korkeintaan 10 E %. Lisäksi rasvojen kokonaissaanti on hyvä pitää kohtuullisena. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005.)

Henkilöstöravintolassa nautittu lounas on monille päivän ainoa lämmin ateria (Kruse ym. 1990; Lahtinen ym. 1991; Vartiainen ym. 1991; Helakorpi ym. 2001; Varonen 2001), minkä johdosta sen ravitsemuksellinen laatu on hyvin merkityksellinen sekä ravinnonsaannin että terveyden ylläpitämisen ja edistämisen kannalta. Vuonna 2003 Suomessa oli 1 619 henkilöstöravintolaa, jotka tuottivat 61 746 000 ateriaa (AC Nielsen 2005). Tämän seikan vuoksi ateriakokonaisuuksien ravintosisältöön pitää kiinnittää erityistä huomiota ja pyrkiä tällä tavoin vaikuttamaan ruokailijoiden ruokailutottumuksiin ja aterioiden koostamiseen lautasmaalin mukaisesti. Ravinnon saannin ohella päivittäisellä ruokailuhetkellä on myös muita ihmisille hyvin tärkeitä vaikutuksia, kuten irrottautuminen työn kiireistä ja mahdollisuus muiden ihmisten tapaamiseen työpäivän keskellä (Rauhala ym. 1983; Lahtinen ym. 1991; Hasunen 1994 & Vaaranen ym. 1995). Sopivan ateriarytmin avulla veren sokeritaso pysyy tasaisena, ja työntekijän vireys ja tarkkaavaisuus pysyvät korkeina. Samalla riski työtaturmiin alenee.

Suomalaisten ruokailutottumukset ovat parantuneet huomattavasti vuodesta 1979 vuoteen 2001. Voin käyttö on vähentynyt miesten 63 %:sta 5 %:iin ja naisten 58 %:sta 4 %:iin. Tuoreiden vihannesten käyttö on lisääntynyt miehillä 14 %:sta 25 %:iin ja naisilla 19 %:sta 43 %:iin. Näiden lisäksi sekä rasvattoman että ykkösmaidon (rasvapitoisuus 1 %) kulutus on kasvanut muutamasta prosentista miehillä 35 %:iin ja naisilla 44 %:iin. (Helakorpi, Patja, Prättälä & Uutela 2001, 9 - 10.)

### **3.2 Henkilöstöravintolat**

Henkilöstöravintoloiden määrä on laskenut tasaisesti vuodesta 1989 vuoteen 2005. Vuonna 1989 henkilöstöravintoloita oli 2 355 (HE 111/1997), kun taas vuonna 2005 henkilöstöravintoloiden määrä oli vähentynyt 1 533 ravintolaan (AC Nielsen 2005). Tuotettu ateriamäärä henkilöstöravintolaa kohti on samanaikaisesti noussut eli ravintoloiden tehokkuus on parantunut. Raulion ym. 2004 mukaan miehet käyttävät henkilöstöravintoloiden palveluja naisia huomattavasti useammin. Noin kolmannes suomalaisista työssäkävivistä miehistä käyttää henkilöstöravintoloiden palveluita lounasruokailussa, kun taas noin puolet naisista syö eväitä työpäivän aikana lounasruokailun sijaan.

Suosituksen mukaan henkilöstöravintoloiden lounaan pitäisi sisältää kolmasosan päivittäisestä energian tarpeesta eli noin 650 – 1 000 kcal (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2005, 39). Suositus on siis sama kuin yleisten suositusten ravitsemussuosituksen mukainen energiansaanti. Kyseinen energiamäärä saadaan lounasateriasta ruokailemalla lautasmallin mukaisesti (Suomen Sydänliitto ry. 2006). Silloin tällöin henkilöstöravintoloissa olisikin hyvä olla oikein koostettu esimerkiksi lautasateria, jonka avulla ruokailijat voivat tiedostaa oikeanlaisen aterian koostamisen ja samalla omaksua suositusten mukaiset ruokailutottumukset myös työpaikan ulkopuolella. Vastuu lounaan sisältämästä energiasta on myös palvelun tarjoajalla, jotta valmistetun ruoan koostumus ja energiasisältö olisivat ravitsemussuosituksen mukaisia ja oikein ruokailemalla suositukset myös toteutuisivat. Vastuu siirtyy tällöin ruoan valmistavalle keittiöhenkilökunnalle, eli myös heidän pitää sitoutua yhteisiin tavoitteisiin ja noudattaa yhteisesti sovittuja pelisääntöjä ja reseptiikkaa. Esimerkiksi ylimääräisen suolan ja kerman lisääminen maun parantamiseksi luonnollisesti muuttaa aterian energiatiheyttä virheelliseen suuntaan, jolloin energianravintoaineiden suhteet vääristyvät ja nautitusta aterista saadaankin oletettua enemmän energiaa. Koska työpaikkaruokailu on monelle päivän ainoa lämmin ateria, ja kun näitä lounasruokailuhetkiä on noin 240 kertaa vuodessa, yksittäisestä lounaasta saatu ylimääräinen energia kertyy.

Työntekijöiden ruokailumahdollisuus voidaan työnantajan toimesta järjestää siten, että työpaikalla on oma henkilöstöravintola. Usein näin onkin järjestetty suurissa yrityksissä, joissa on paljon työntekijöitä. Myös mikäli alueella ei ole muuta mah-

dollisuutta ruokailuun, pitää työnantajan järjestää ruokailumahdollisuus työntekijöilleen. Näiden vaihtoehtojen lisäksi joillakin yrityksillä on käytössään erilaisia sopimusruokailuja. Tällöin yritys on tehnyt ravintolan tai ravintoloiden kanssa sopimuksen siitä, että heidän työntekijänsä sitoutuvat käyttämään kyseisen ravintolan palveluja lounasruokailussa. Samalla lounaspalvelua tarjoava yritys saa itselleen uusia vakioasiakkaita ja asiakkaat saavat virkistävän tauon työpäivän keskellä.

### **3.3 Ruokailu vuorotyössä**

Työpaikkaruokailun pitää olla mahdollista myös niille työntekijöille, joilla ei ole mahdollisuutta ruokailla normaalina ruoka-aikana joko työn sitovan luonteen tai poikkeavien työaikojen, kuten esimerkiksi yövuorojen johdosta. Vuorotyöntekijöillä esiintyy usein ruoansulatushäiriöitä, minkä vuoksi tarjottavan ruoan pitää olla kevyttä ja helposti sulavaa, esim. erilaisia keittoja ja puuroja. Runsasta rasvan ja proteiinien nauttimista pitää etenkin yövuorojen aikana välttää, koska tällöin ruoansulatusnesteiden erityys on vähäisempää kuin päivisin. (Airaksinen ym. 1994, 77.)

Ruoan esteettisyyteen, nautittavuuteen ja houkuttelevuuteen pitää kiinnittää erityistä huomiota, jotta yövuorossa työskentelevät voivat nauttia lakisäätteisestä ateriahetkestä siinä missä päivisin työskentelevät. Ruoan rakenteen, maun ja ravintosisällön on myös oltava sellaista, että se kestää säilytystä sekä uudelleen kuumentamista. Ruoan nopeasta jäähtymisestä ja kylmäsäilytyksestä on huolehdittava tarkasti valmistuksen jälkeen, jotta ruoan säilyvyys ja turvallisuus voidaan taata, sillä yövuorotyöntekijöille tehtävä ruoka valmistetaan pääasiassa jo edellisenä päivänä. (Airaksinen ym. 1994, 77.)

### **3.4 Henkilöstöruokailu vs. eväät**

Vaikka henkilöstöruokailun onkin todettu olevan tärkeä ja samalla päivän ainoa lämmin ateria monille (Kruse ym. 1990; Lahtinen ym. 1991; Vartiainen ym. 1991; Helakorpi ym. 2001; Varonen 2001; Raulio ym. 2004), niin tästä huolimatta monet syövät eväitä työpäivän aikana. Raulion ym. 2004 mukaan naisilla eväät olivat yleisin lounas

kaikissa ikäryhmissä. Naisista 40 % nautti eväitä lounasaikaan. Miehillä eväiden syönti oli yleistä vain fyysistä työtä tekevien joukossa.

Raulion 2004 ym. & Laitisen 2006 tutkimusten mukaan henkilöstöravintoloiden käyttö oli yhteydessä työn henkisen vaativuuden kanssa, eli mitä rasittavampaa työ oli henkisesti, sitä vähäisempää oli eväiden syönti. Korkeasti koulutetut ja pääkaupunkiseudulla asuvat nauttivat henkilöstöravintoloiden palveluista useammin kuin matalammin koulutetut ja muualla maassa asuvat (Raulio ym. 2004).

Henkilöstöravintolat ovat säilyttäneet suosionsa viimeisten vuosien aikana. Henkilöstöravintoloiden käyttöhalukkuuteen vaikuttavat merkittävästi niiden saatavuus ja kohtuulliset hinnat. Henkilöstöravintoloiden osuus on 24 % kodin ulkopuolella syötävistä aterioista. Raulion ym. 2004 tutkimuksessa havaittiin henkilöstöravintoloiden suotuista vaikutus siihen, että vastaajat söivät suositusten mukaisesti kaikissa koulutusryhmissä ja kaikilla asuinpaikoilla.

## 4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

### 4.1 Mitä on asiakastyytyväisyys?

Asiakastyytyväisyys on tärkeää jokaisen yrityksen toiminnassa. Asiakastyytyväisyys on liiketoiminnan jatkuvuuden elinehto. Mikäli yrityksen asiakkaat eivät ole tyytyväisiä yrityksen tarjoamiin palveluihin, voivat he valita itselleen sopivan palveluntarjoajan ja ostaa haluamansa palvelun sieltä (Rope 1991, 14).

Miten me määrittelemme asiakastyytyväisyyden? Millainen on hyvä tuote tai palvelu? Kuka sanoo, mikä on hyvä? Hyvää tai laadukasta on vaikeaa mitata. Hyvyys ja laadukkuus ovat abstrakteja käsitteitä, jotka muodostuvat ihmisten mielipiteiden perusteella. Ne ovat arviointeja ja tunteuksia, jotka pohjautuvat opittuun ja koettuun. Mikä on laadukasta, arvokasta ja hyvää toiselle, ei välttämättä kelpaa toiselle lainkaan. Kyse on omista rajoista, koetusta laadusta, jonka perusteella asetamme ”rajat” odottamaamme palvelua tai tuotetta kohtaan. Mikäli koettu palvelu ei vastaa omia ennakko-odotuksiamme, tällöin palvelu tai tuote muodostuu negatiiviseksi. Negatiivisten kokemusten jälkeen ostokäyttäytyminen saattaa muuttua siten, että asiakas vaihtaa yritystä. Tyytyväinen asiakas kertoo hyvistä kokemuksistaan keskimäärin kolmelle ihmiselle, kun taas tyytymätön asiakas kertoo negatiivisista kokemuksistaan keskimäärin 11 muulle henkilölle (3/11-sääntö). Tyytyväinen asiakas on yrityksen paras mainos ja kaiken lisäksi vielä erittäin edullinen. Tyytyväinen asiakas palaa yritykseen todennäköisesti uudelleen ja tällöin asiakkuudesta voi syntyä kanta-asiakkuus. Kanta-asiakkuuksien hoito on huomattavasti edullisempaa kuin uusien asiakkuuksien luominen. (Anttila & Iltanen 2000, 53–54.)

Negatiivisten palvelukokemusten muuttaminen positiiviseksi vaatii yritykseltä valtavasti energiaa ja onnistumisia, jotta negatiiviset tunteet saadaan käännettyä neutraaleiksi. Tämän johdosta yrityksen on hyvin tärkeää pitää tasonsa ja asiakastyytyväisyytensä korkeana, jotta yrityksen asiakkaista tulisi kanta-asiakkaita ja jotta toiminnalla olisi jatkuvuutta.



Palvelutapahtumaa on vaikeaa vakioida ja varastoida. Tapahtuma on aineeton ja siihen liittyy vuorovaikutustilanne asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä. Tästä tilanteesta käytetään nimitystä ”totuuden hetki”, joka ratkaisee palvelutilanteen onnistumisen. Juuri tuona totuuden hetkenä asiakas arvioi palvelutilanteen tason ja laadun. Ainutlaatuisuutensa johdosta asiakaspalvelijan tulisikin aina jokaisessa palvelutapahtumassa toimia samanlaisella arvonnolla ja kunnioituksella asiakasta kohtaan, sillä juuri tuon ensivaikutelman perusteella asiakkaalle syntyy käsitys yrityksestä ja sen arvoista ja tämän pohjalta voi muodostua pitkäkestoisia kanta-asiakkuuksia tai ne voivat jäädä syntymättä johtuen heikosta tilanteen hoidosta. (Hemmi ym. 2002, 33–34.)

#### ***4.2 Miksi asiakastyytyväisyystutkimuksia tehdään?***

Tänä päivänä asiakkaat ovat entistä vaativampia. Tarjontaa on paljon ja kilpailu eri aloilla on kovaa. Mikäli asiakkaan kokema palvelu tai tuote ei miellytä, niin tällöin hän etsii haluamansa palvelun tai tuotteen jostain muualta eli siis kilpailijoilta. Näin asiakas menetetään ja asiakkaan ostokäyttäytyminen suuntautuu jatkossa todennäköisesti muualle. Jotta vastaavia menetyksiä ei tapahtuisi, on yritysten pyrittävä jatkuvasti uudistumaan ja kehittymään, jotta ne pysyisivät kovassa kiihtyvässä kilpailussa mukana. Ennen kaikkea yritysten on toimittava asiakaslähteisesti selvittämällä mitä, missä ja milloin asiakkaat haluavat (Anttila ym. 2000, 25).

Asiakastyytyväisyystutkimuksien taustalla on halu tuottaa asiakaslähtöisiä palveluja sekä tuotteita ja turvata toiminnan jatkuvuus. Asiakaskeskeisyydellä pyritään saamaan uusista asiakkaista kanta-asiakkaita ja pitämään nykyiset kanta-asiakkaat myös tyytyväisinä yrityksen tarjoamiin palveluihin. Toiminnan jatkuvuutta ei turvata suurilla yksittäisillä kertaostoilla, vaan uskollisten asiakkaiden kanta-asiakkuuksilla. Koska tarjontaa ja kilpailua on tänä päivänä valtavasti, on oma yritystoiminta pidettävä mahdollisimman hyvänä ja laadukkaana asiakastyytyväisyyden ylläpitämiseksi. Asiakastyytyväisyystutkimuksia tulee tehdä suunnitelluin aikavälein, jotta tyytyväisyyden kehittymistä voidaan seurata. Tutkimustuloksia tulee luonnollisesti hyödyntää toiminnan kehittämiseksi ja laadun parantamiseksi.

Asiakaskyselyjen yhtenä tavoitteena on myös selvittää yrityksen asiakastausta. Mitkä ovat heidän tarpeensa ja toiveensa? Miten yritys pystyy vastaamaan asiakkaiden haasteisiin, jotta he olisivat yrityksen asiakkaita myös huomenna? (Anttila ym. 2000, 25.)

Asiakkaat ovat tänä päivänä erittäin vaativia. He tuntevat rahan arvon ja ovat tottuneet vaatimaan palveluilta ja tuotteilta hyvin paljon. Yritys viestii asiakaskeisistä toiminnastaan omilla tuotteillaan, myyntitoiminnoillaan, myynnin jälkeisellä toiminnallaan sekä kulttuurillaan. Yrityksen tarjoamat palvelut ja tuotteet viestivät asiakkaille paljon. Kyselyn perusteella henkilökunta voi saada vinkkejä ja ehdotuksia toiminnan laadun parantamiseksi ja asiakastyytyväisyyden lisäämiseksi. Tehdessään valinnan halutun palvelun tai tuotteen kohdalla, asiakas on jo muodostanut itselleen oman käsityksensä siitä, mitä hän tuotteelta tai palvelulta odottaa. Myyntitoiminnoillaan yritys pyrkii vastaamaan asiakkaidensa ennakkoodotuksiin.

Jos palvelussa tai tuotteessa on jokin asia huonolaatuista, yritys saa kyllä kuulla tästä. Juuri tässä kohdassa paljastuukin yrityksen tapaan toimia ja vastata omasta asiakastyytyväisyydestä. Miten yritys kykenee hoitamaan palautteen? Hoidetaanko palvelussa tai tuotteessa ilmennyt epäkohta tässä ja nyt vai vasta ensi viikolla? Millainen on yrityksen tapa käsitellä palautetta, annetaanko asiakkaalle jokin korvaus, hyvitys tai kenties kokonaan uusi tuote? (Lele ym. 1991, 80–81.)

### ***4.3 Miten asiakastyytyväisyyttä mitataan?***

Tärkeimpiä ja yleisesti käytetyimpiä tiedonkeruumenetelmiä ovat kvantitatiiviset eli määrälliset tutkimukset ja kvalitatiiviset eli laadulliset tutkimukset. Kvantitatiivisia menetelmiä ovat esim. kysely- ja haastattelututkimukset, henkilökohtainen haastattelu (puhelinhaastattelu, kirjekysely ja informoitu kysely), paneelitutkimukset, inventaaritutkimukset ja testit. (Anttila ym. 2000, 340.)

Kvalitatiivisia menetelmiä ovat ryhmäkeskustelut, syvähaastattelut, projektiiviset testit ja havainnot (Anttila ym. 2000, 341). Asiakastyytyväisyyden mittaamiseksi

tulee tutkijan analysoida, mikä tutkimusmenetelmä olisi kulloinkin paras oikeiden ja luotettavien tulosten aikaansaamiseksi. Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata tekemällä perustutkimuksia, joissa selvitetään asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät, eri tekijöiden merkitys sekä asiakastyytyväisyyden taso. Jatkuvalle mittauksella voidaan seurata asiakastyytyväisyyden pysyvyyttä yrityksessä. (Airaksinen ym. 1994, 142.)

## 5 ASIAKASKYSELY KAHVILA-RAVINTOLA CATERINAAN

Kahvila-ravintola Caterinan asiakaskyselylle oli tarvetta, sillä vastaavanlaista tutkimusta ei siellä ole aiemmin tehty. Jatkuvaa palautetta kerätään kyllä päivittäin sekä suullisesti että kirjallisesti, mutta näin laajaa tutkimusta asiakkaiden mielipiteistä tarjottuja palveluja kohtaan ei ole yrityksessä aikaisemmin toteutettu.

### ***5.1 Tutkimusongelma***

Tutkimuksen lähtökohtana on yleensä jokin ongelma tai mieltä askarruttava asia, johon tutkimuksen avulla pyritään löytämään ratkaisu. Mikäli tutkimusongelmaa ei ole tai sitä ei löydetä, ei tällöin paraskaan tutkimus ole avuksi yrityksen toiminnan kehittämiseksi. (Anttila ym. 2000, 347.) Ongelman määrittely ja yksilöinti auttavat tutkimustavoitteen asettamisessa. Ratkaisun pohjalta on sitten mahdollisuus kehittää toimintaa entistä asiakaslähtoisempään suuntaan. Toki tutkimuksesta saatavia tuloksia on aina pyrittävä analysoimaan riittävän objektiivisesti, jotta pystytään erottamaan todelliset ongelmat tai kehittämiskohteet omassa toiminnassa epäolennaisista, yksittäisistä mielipiteistä. Toiminnalla tulee olla riittävän selkeä suunta, päämäärä ja selkeät visiot siitä, millaista imagoa yritys haluaa viestittää asiakkailleen omasta toiminnastaan. Kaikkia ei voida miellyttää, vaan täytyy keskittyä suurimpaan potentiaaliseen kohderyhmään toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi.

Kahvila-ravintola Caterinan asiakaskyselyn suunnittelun lähtökohtina olivat vakituisen asiakaskunnan asiakastyytyväisyyden kartoittaminen yrityksen tarjoamia palveluja kohtaan, heidän toiveensa toiminnan kehittämiseksi, mahdollisten toiminnassa ilmenevien ongelmakohtien selvittäminen, potentiaalisten asiakkaiden eli sairaalan henkilökunnan käymättömyyteen vaikuttavien seikkojen ratkaiseminen sekä luonnollisesti asiakasmäärien nostaminen tulevaisuudessa kyselyn kautta ilmenevien vastausten avulla.

## **5.2 Kohderyhmä**

Asiakaskyselyn kohderyhmäksi valikoituivat yrityksen palveluja käyttävät asiakkaat, joita ovat koko Keski-Suomen keskussairaalan työntekijät. Sähköisesti laadittu asiakaskysely (Digium) lähetettiin yhteensä noin 2 600 sähköpostiosoitteeseen. Kyselystä laadittiin myös kirjallinen versio, koska kaikilla kyselyyn osallistuvilla henkilöillä ei ollut mahdollisuutta vastata sähköpostikyselyyn. Kirjallisia kyselylomakkeita lähetettiin yhteensä 100 kappaletta. Vastauksia kyselyyn kertyi yhteensä 927 kappaletta eli vastausprosentiksi muodostui 34,3 %.

## **5.3 Kyselylomake**

Kyselylomake laadittiin asiakkuusmarkkinoinnin kurssilta saamieni tietojen sekä lukemani teorian pohjalta. Tämän lisäksi apuna olivat ammattikorkeakoulun opettajat sekä esitestauksessa myös omaiset. Kyselyn muokkaamisessa sähköiseen muotoon apuna olivat datanomiopiskelija Sirvan Yousefshahi, tietotekniikan lehtori Mikael Viitasaari ja matemaattis-luonnontieteellisten aineiden lehtori Jorma Asunta. Korjausten, muutosten ja esitestauksen jälkeen saimme aikaan molempien osapuolten mielestä sopivan kyselylomakkeen.

Oikein ja huolellisesti laadittu lomake ratkaisee, millaisia tuloksia saadaan aikaan. Tulosten pitäisi olla juuri sellaisia, joita on alun perin haluttu. Vastaaajien on ymmärrettävä kysymykset oikealla tavalla todellisten vastausten aikaan saamiseksi. Tämän vuoksi esitestaus on hyvin tärkeää ennen kyselyn varsinaista toteuttamista. Myös kyselyn ulkoasulla ja saatekirjeellä on suuri merkitys vastaamisen siihen, miten tärkeäksi vastaaja kyselyn kokee. (Bounton 2004.)

Lomakkeen suunnittelussa on otettava huomioon kysymyksien muodostama kokonaisuus (Lotti 2001, 159). Lomake alkaa taustatietokysymyksillä (1 - 4). Kysymyksessä 1 selvitetään vastaajan sukupuoli. Toisessa kysymyksessä puolestaan kysytään vastaajan ikää. Vastaajille oli annettu kuusi rajattua ikäryhmää, joista asiakas saattoi valita sopivan ryhmän. Pyrin näin tekemällä välttämään liian tarkkaa iän selvittämistä. Kysymyksessä numero 3 tiedusteltiin vastaajan ammattiryhmää. Alun perin ammattiryhmiä oli yhteensä 6, mutta toimeksiantajan pyynn-

nöstä määrä rajattiin lopullisessa versiossa kuitenkin vain kolmeen (lääkäri, hoitohenkilöstö ja muu henkilöstö). Viimeinen eli neljäs taustatietokysymys selvitti asiakkaiden ruokavalioita. Kysymyksessä pyydettiin ilmoittamaan, onko asiakkaalla jokin erityisruokavalio.

Kysymykset 5 ja 6 käsittelivät kahvila-ravintola Caterinan lounaspalveluja. Kysymyksessä 5 vastaajia pyydettiin ilmoittamaan oma asioimistiheytensä yrityksessä. Kysymyksen 6 tavoitteena oli taas selvittää se, miksi asiakkaat saapuivat yritykseen. Kolmen kriteerin avulla selvitettiin tärkeimmät valintaperusteet. Kysymyksen 6 alakysymyksessä 6.1 tarkoituksena oli kartoittaa asiat, jotka vaikuttavat palvelujen käyttämättömyyteen. Kysymyksissä 6 ja 6.1 yhtenä vastausmahdollisuutena oli myös kohta ”muu, mikä?”, johon vastaajat pystyivät antamaan sanallista palautetta valmiiksi annettujen vaihtoehtojen lisäksi.

Kysymykset 7 - 8 käsittelivät kahvila-ravintola Caterinan kahvilapalveluja. Samoin kuin lounaspalveluita käsittelevissä kysymyksissä myös kahvilapalveluja käsittelevissä kysymyksissä kysyttiin samoja asioita. Kysymys 7 kartoitti vastaajien asioimistiheyttä yrityksessä kahvilapalvelujen osalta. Kysymys 8 taas selvitti vastaajien syitä yrityksessä asioimiselle. Kysymyksen 8 alakysymyksellä 8.1 selvitettiin, miksi vastaajat eivät käytä Caterinan kahvilapalveluita. Myös kysymyksessä 8 ja 8.1 oli yhtenä vastausvaihtoehtona kohta ”muu, mikä?”, jonka avulla vastaajalla oli mahdollisuus sanallisesti perustella yrityksessä asioimistaan tai sitä, miksi ei siellä asioi.

Kysymyksen 9 tavoitteena oli selvittää vastaajien tietoisuus kahvila-ravintola Caterinan tarjoamista palveluista. Kysyttäviä asioita oli yhteensä viisi ja niihin vastattiin joko kyllä tai ei. Vastausten perusteella toimeksiantajan olisi helppoa päätellä se, onko tarjottujen palveluiden tuntemus riittävän hyvä vai pitäisikö markkinointia tällä saralla mahdollisesti lisätä. Kysymyksessä 10 kysyttiin, miten yritys voisi kehittää omia palvelujaan. Vastausvaihtoehtoja oli yhteensä viisi, jonka lisäksi oli vielä yksi avoin kohta, johon vastaaja saattoi antaa konkreettisia ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi.

Kysymyksessä 11 selvitettiin vastaajien mielipiteitä ravintolan yleisvaikutelmasta (11.1), palvelusta (11.2), ruoan laadusta (11.3) sekä odotusten täyttymisestä (11.4). Tämän lisäksi vastaajalla oli mahdollisuus antaa kirjallista palautetta kohdassa (11.5), mikäli edellisissä kysymyksissä vastatessa annetut arvosanat jäävät tasolle 1 - 2. Täten asiakas voi antaa konkreettisia kehittämissuhteita toiminnan parantamiseksi. Kysymyksen arvoasteikko suunniteltiin siten, että vastausvaihtoehtoja oli yhteensä 4, jossa numero 4 oli ”täysin samaa mieltä” ja numero 1 ”täysin eri mieltä”. Kysymys numero 11 koostui oikeastaan paremminkin erilaisista väittämistä, joista vastaaja valitsi mieleisensä vaihtoehdon. Neliportaisella asteikolla asiakas otti kantaa joko myönteiseen tai kielteiseen suuntaan. Kysymyksessä numero 12 vastaaja saattoi kirjoittaa terveisiä henkilökunnalle ja samalla antaa myös palautetta.

Kyselyn lopussa kysymyksessä numero 13 kysyttiin vastaajan halukkuutta osallistua arvontaan. Vastausvaihtoehtoina oli joko kyllä tai ei. Arvontaan osallistuminen ei heikentänyt vastaajan anonymiteettiä. Mikäli vastaaja ilmaisi halukkuutensa osallistua arvontaan, kirjoitti hän annettuun tilaan sekä nimensä että puhelinnumeronsa. Yhteystietoja ei voida yhdistää täytettyihin kyselyihin ja yhteystiedot irrotettiin myös erilleen omaksi tiedostoksi. Kirjallisesti kyselyyn vastannut leikkasi kyselyn lopussa olevan arvontalipukkeen irti ja palautti sen palautuslaatikoon. Arvonnan suorittamisen jälkeen yhteystiedot poistettiin kaikista tiedostoista. Paperiset vastauslomakkeet ja arvontalipukkeet hävitettiin.

#### **5.4 Tutkimuksen luotettavuus**

Asiakastyytyväisyyskyselyjen ongelmaksi yleensä voikin muodostua se, että vastausprosentti jää kovin alhaiseksi. Tällöin luotettavuus kärsii, sillä sattumalla on suurempi mahdollisuus vaikuttaa lopputuloksiin. (Lotti 2001, 119.) Tulosten luotettavuus pienen otoksen johdosta on näin vähintäänkin kyseenalainen ja suuremmat yleistyksiset tutkimuksen pohjalta eivät ole mahdollisia.

Tutkimuksen validiteetti taas kertoo tietojen pätevyydestä. Tämän avulla kerrotaan, mitataanko juuri sitä, mitä pitäisi mitata. (Holopainen ym. 1995, 13.) Validiteettiin liitetään läheisesti myös tekijän substanssiosaaminen eli tutkimuksen teki-

jä hallitsee oman toimialansa tarkoin. Kysyttävät asiat liittyvät tutkijan omiin vahvuusalueisiin ja ovat näin osana ammattitaitoa. Luotettavuuden arviointi muodostuu myös siitä, että miten käytännön toteutus onnistuu. Kyselyn täyttämisen ohjeistus, helppous, apu ongelmatilanteissa sekä tietysti myös kyselyssä annettujen lupauksen pitäminen vaikuttavat kyselyn kokonaisarvosanaan. (Lotti 2001, 119.)

Luotettavuus kahvila-ravintola Caterinassa muodostui mielestäni hyväksi, sillä kyselyyn tuli määräajassa yhteensä 927 vastausta. Vastauksista 876 kappaletta oli sähköisessä muodossa annettuja. Loput kyselyt eli 51 kappaletta täytettiin perinteisin keinoin kirjallisesti.

### **5.5 Kyselyn toteutus ja analysointi**

Toimeksiantajan kanssa asetimme tavoitteeksi kyselyn toteuttamisajankohdan ajoittamisen marras-joulukuun vaihteeseen, jotta mahdollisimman moni kohde-ryhmään kuuluva olisi tavoitettavissa ja voisi osallistua kyselyyn. Kyselyn toteutettiin ajanjaksolla 30.11. - 9.12.2005.

Kahvila-ravintola Caterinan asiakaskysely toteutettiin sekä Digiumilla laadittuna sähköisessä muodossa että perinteisenä kirjallisena versiona. Kyselystä laadittu linkki lähetettiin sähköpostitse 28.11.2005 kahvila-ravintola Caterinan toimitussihteerille Raisa Sarénille, joka taas puolestaan toimitti sen keskussairaalan tietohallinnolle. Linkin kautta vastaajilla oli mahdollisuus vastata kyselyyn vaivattomasti oman tietokoneensa kautta. Tietohallinto toteutti kyselyn 30.11.2005. Kyselyn yhteyteen laadittiin saatekirje (liite 1), josta ilmeni asiakaskyselyn toteuttaja, toteuttamisen tarkoitus ja hyödyt eri osapuolille sekä kyselyyn liittyvä arvonta ja siitä arvottavat palkinnot. Saatekirjeestä kävi myös ilmi arvioitu vastaamisaika. Kirjallinen kysely lähetettiin eri osastoille niitä vastaajia varten, joilla ei ollut mahdollisuutta osallistua sähköiseen kyselyyn. Asiakaskyselystä laadittiin myös ilmoituslomake (liite 2) Caterinan seinälle.

Sähköisiä vastauksia kertyi 876 kappaletta ja perinteisiä kirjallisia versioita 51. Kokonaisuudessaan vastauksia palautui siis yhteensä 927. Digiumilta saadut tulokset siirrettiin Excelille. Kirjallisten asiakaskyselyiden vastaukset tallennettiin



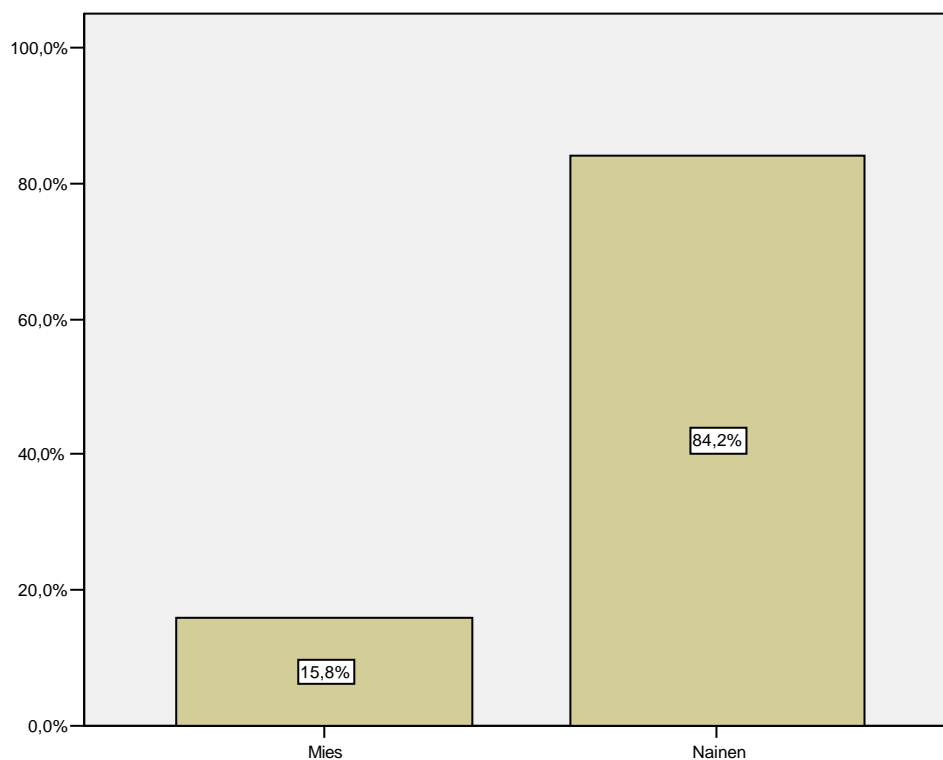
sähköisten vastausten jatkoksi Excelille. Exceliltä vastaukset siirrettiin SPSS 14.0 -ohjelmaan, jonka avulla aloitettiin tulosten analysointi.

## 6 KYSELYN TULOKSET

### 6.1 Vastaajien taustatiedot

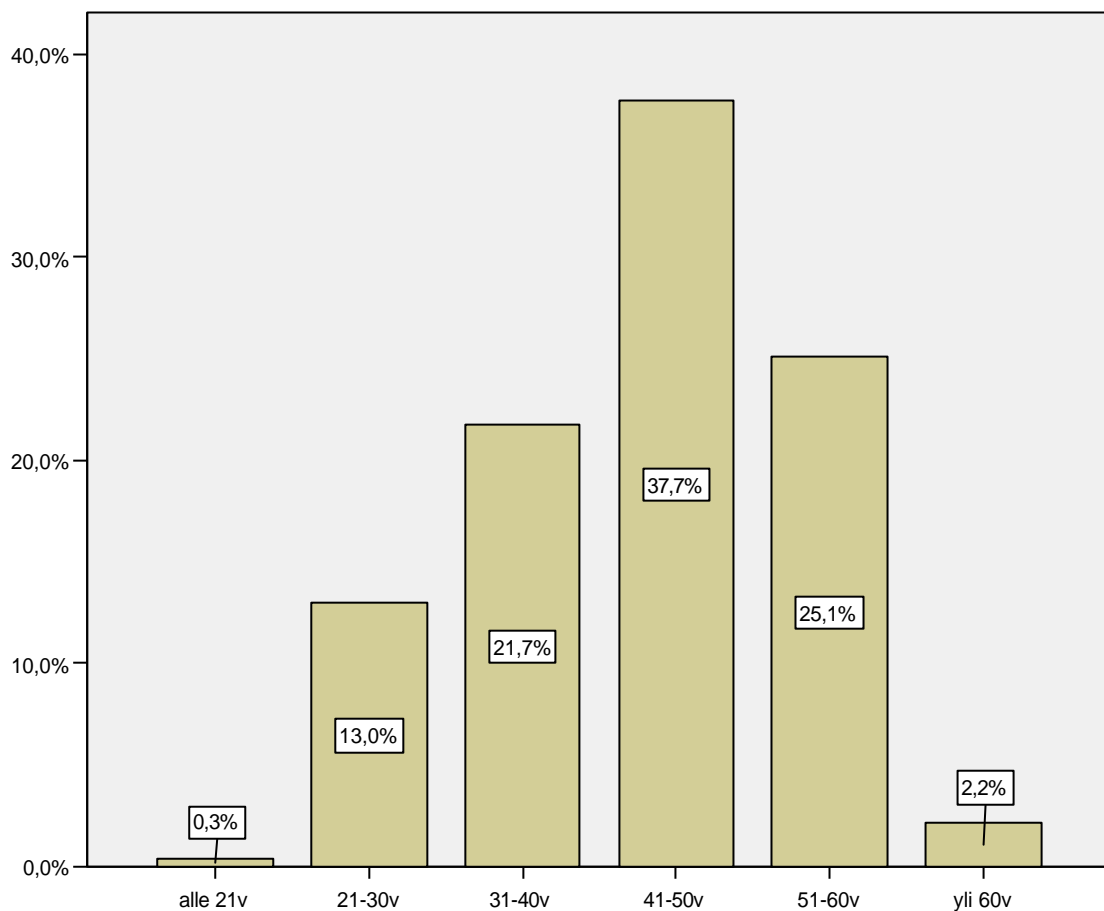
Vastauksia kertyi yhteensä 927 kappaletta ( $n=927$ ). Tulosten analysoinnissa käytettiin SPSS 14.0 -ohjelmaa. Ohjelman avulla pystyttiin havainnollistamaan tuloksia erilaisin pylväsdiagrammeihin.

Asiakaskyselyyn vastanneista on 15,8 % ( $n=144$ ) miehiä ja 84,2 % ( $n=766$ ) naisia. 17 vastaajaa jätti sukupuolensa ilmoittamatta jostain syystä. Miesten ja naisten välinen ero kuvastaa hyvin hoitoalan henkilökunnan sukupuolijakaumaa. (Kuvio 1.)



KUVIO 1. Asiakaskyselyn vastaajien sukupuoli ( $n=910$ )

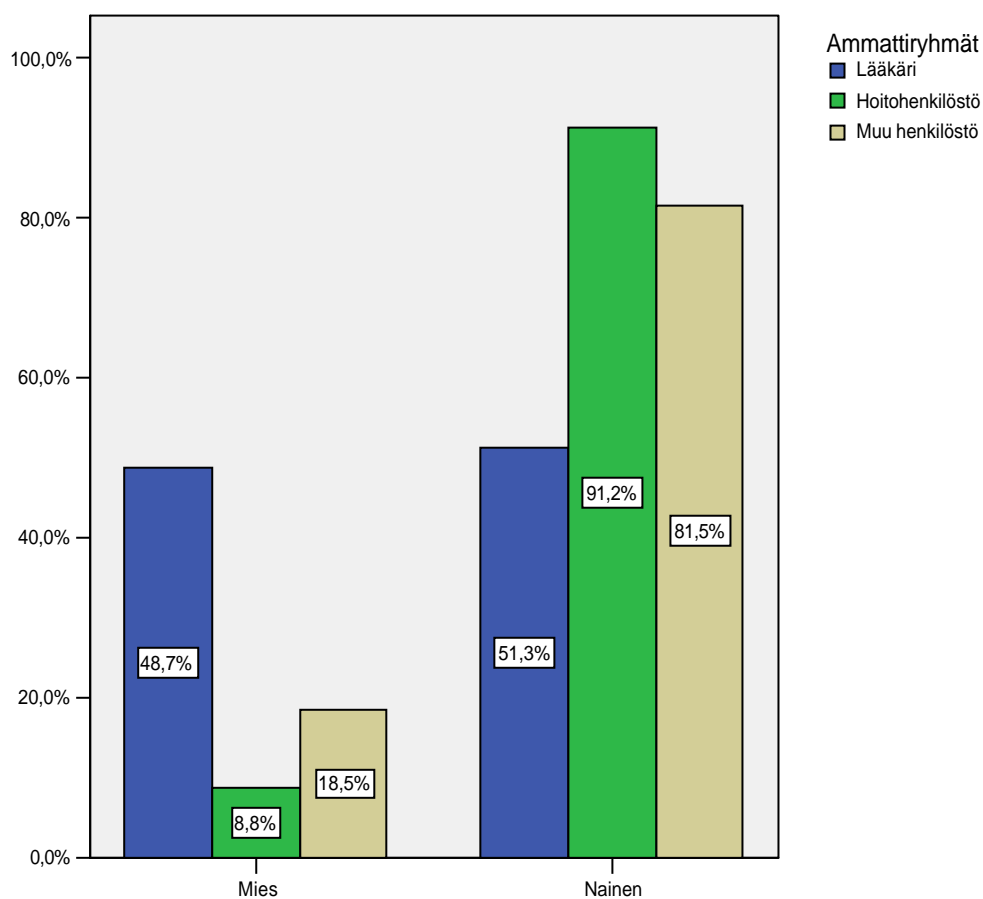
Vastaajien ikäjakauma vastaa hyvin vakinaisen henkilöstön ikäjakaumaa (Keski-Suomen sairaanhoitopiirin toimintakertomus 2004, 23), kuten kuviosta 2 voidaan havaita. Selvästi suurimman osuuden vastaajista muodostavat 41 - 50 -vuotiaat (37,7 %). Sen sijaan alle 21-vuotiaiden osuus (0,3 %) jää hyvin pieneksi, kuten myös yli 60-vuotiaiden osuus (2,2 %).



KUVIO 2. Vastaajien ikäjakauma (n=925)

Ammattiryhmiä tarkasteltaessa sukupuolierot tulevat selvästi esille. Kuten kuvios-  
ta 1 on nähtävissä, vastaajissa naisia (n=766) on huomattavasti miehiä (n=144)  
enemmän. Kuitenkin miesten osuus lääkäreistä on lähes puolet (48,7 %). Sen si-  
jaan sekä hoitohenkilöstö että muu henkilöstö koostuvat suurimmalta osin naisis-  
ta.

Vakanssien lukumäärä Keski-Suomen keskussairaalassa 31.12.2004 oli yhteensä  
2 592. Näistä lääkäreitä oli 276 (10,7 %), hoitohenkilöstöä 1 419 (54,7 %) ja muu-  
ta henkilöstöä 897 (34,6 %). (Keski-Suomen sairaanhoitopiiri, Taskutietoa 2005.)



KUVIO 3. Ammattiryhmien väliset erot sukupuolia verrattaessa (n=924)

TAULUKKO 1. Ammattiryhmien väliset suhteet (n=924) ja vakanssien lukumäärä Keski-Suomen keskussairaalassa

	Vastaajia	% -osuudet	Vakanssit	% -osuudet
Lääkärit	76	8,2	276	10,7
Hoitohenkilöstö	499	54	1419	54,7
Muu henkilöstö	349	37,8	897	34,6
Yhteensä	924	100	2592	100

Taulukon 1 informaatio vastaajien edustamista ammattiryhmistä suhteessa Keski-Suomen keskussairaalan vakanssien lukumäärään lisää asiakaskyselyn luotettavuutta. Ammattiryhmien prosenttiosuudet vastaavat todellista ammattiryhmien suhdetta toisiinsa.

TAULUKKO 2. Vastaajien noudattamat ruokavaliot (n=924)

Ruokavaliot	Vastaajia	% -osuudet
Ei erityisruokavaliota	709	76,7
Vähälaktoosinen	117	12,7
Laktoositon	47	5,1
Gluteeniton	6	0,6
Kasvisruokavalio	21	2,3
Muu, mikä?	24	2,6
Yhteensä	924	100,0

Vastaajien noudattamat ruokavaliot selviävät taulukosta 2. Vastaajia, jotka eivät noudata erityisruokavaliota, on yhteensä 76,7 % (n=709). Vähälaktoosisten 12,7 % (n=117) ja laktoosittomien 5,1 % (n=47) ryhmät muodostuvat seuraavaksi suurimmiksi erityisruokavalioryhmiksi. Kasvisruokailijoita on 2,3 % (n=21) ja gluteenittomien ruokavaliota noudattaa 0,6 % vastaajista (n=6).

Kasvisruoista on parhaillaan tekeillä opinnäytetyö kahvila-ravintola Caterinaan. Työn tarkoituksena on monipuolistaa kasvisruokailijoiden lounasvalikoimaa. Kasvisruokailijoiden ryhmä aiheuttaa usein hankaluuksia ruokalistojen suunnittelussa. Tämä johtuu kasvisruoan vaihtelevasta menekistä. (Laurila-Onttinen 2005.) Kyselyn antama tulos kasvisruokailijoiden määrästä (n=21) ei kerro paljon toimeksiantajalle, sillä kasvisruoan menekki vaihtelee suuresti päivittäin. Se riippuu mm. siitä, mitä muuta tarjottavaa ruokalistalla on. Tämä asettaa haasteita ruokalis-

tasuunnitteluun, jotta tarjottava ruoka ei loppuisi eikä myöskään hävikkiä syntyisi kovin paljon. Kahvila-ravintola Caterinassa on kolme erilaista lounasruokavaihtoehtoa: keittolounas, kasvisruoka ja ns. normaali lounas. Varsinkin kasvisruoan menekin arviointi on vaikeaa, koska tämänkään kyselyn perusteella ei voida varmasti tietää vastaajien kasvisruokailun motiiveja: ovatko ne terveydelliset, eettiset, uskonnolliset tai haluaako vastaaja esim. kokeilla uusia ruokavaihtoehtoja.

TAULUKKO 3. Vastaajien yksilölliset erityisruokavaliot (n=24)

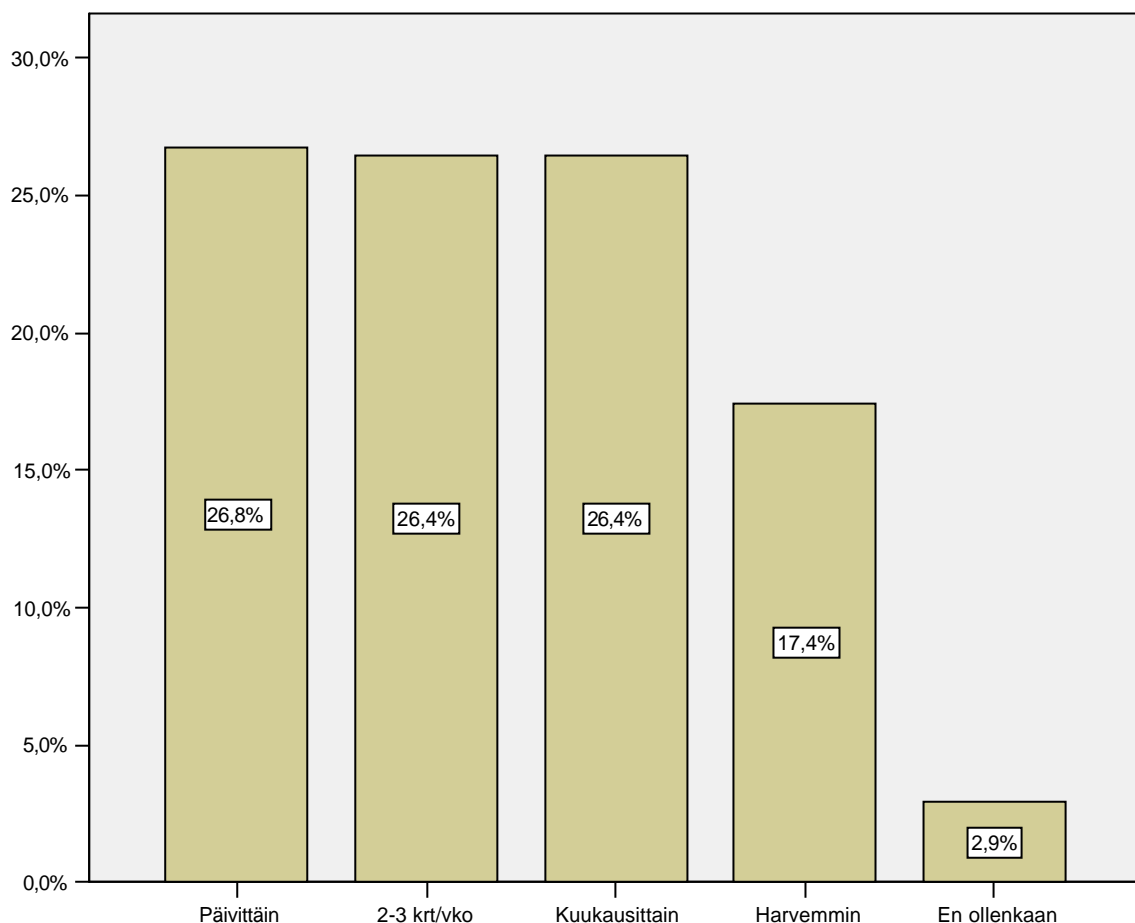
RUOKAVALIOT	(n)
Kala-allergia	6
Kevyt/laihduttava/vähärasvainen	5
Ei punaista lihaa	4
Maidoton	3
Ei pähkinää, mantelia	3
Ei raakoja vihanneksia	4
Ei kanelia, mausteita	2
Ei kauraa, omenaa	2
Islamilainen ruokavalio	1
Ruoka-aineallergia	1
Semivegetaristi	1
Yrttiallergia	1
Vähäkolesterolinen	1
Äyriäisallergia	1

Olen koonnut oheiseen taulukkoon kaikki vastaajien antamat muut vastausvaihtoehdot. Erittelin kaikki yksittäiset vastaukset omiksi ryhmikseen, minkä vuoksi vaihtoehtoista kertyvä vastausten lukumäärä on suurempi kuin varsinainen vastausvaihtoehdosta ”muu, mikä” kertyvä vastauslukumäärä (n=24).

## **6.2 Lounaspalvelut**

Lounaspalveluiden käyttötiheyttä tarkasteltaessa huomio kiinnittyy annettujen vastausvaihtoehtojen, päivittäin, 2-3 kertaa viikossa ja kuukausittain palveluja

käyttävien vastaajien, lähes identtisiin lukumääriin. Päivittäin palveluja käyttäviä on 26,8 % (n=247), 2-3 kertaa viikossa käyttäviä 26,5 % (n=244), ja kuukausittain lounaalla käy 26,4 % (n=243) vastaajista. Harvemmin (17,4 %)(n=159) tai ei ollenkaan (2,9 %)(n=27) palveluita käyttävät ovat mielestäni yrityksen potentiaalisia asiakkaita tulevaisuudessa.

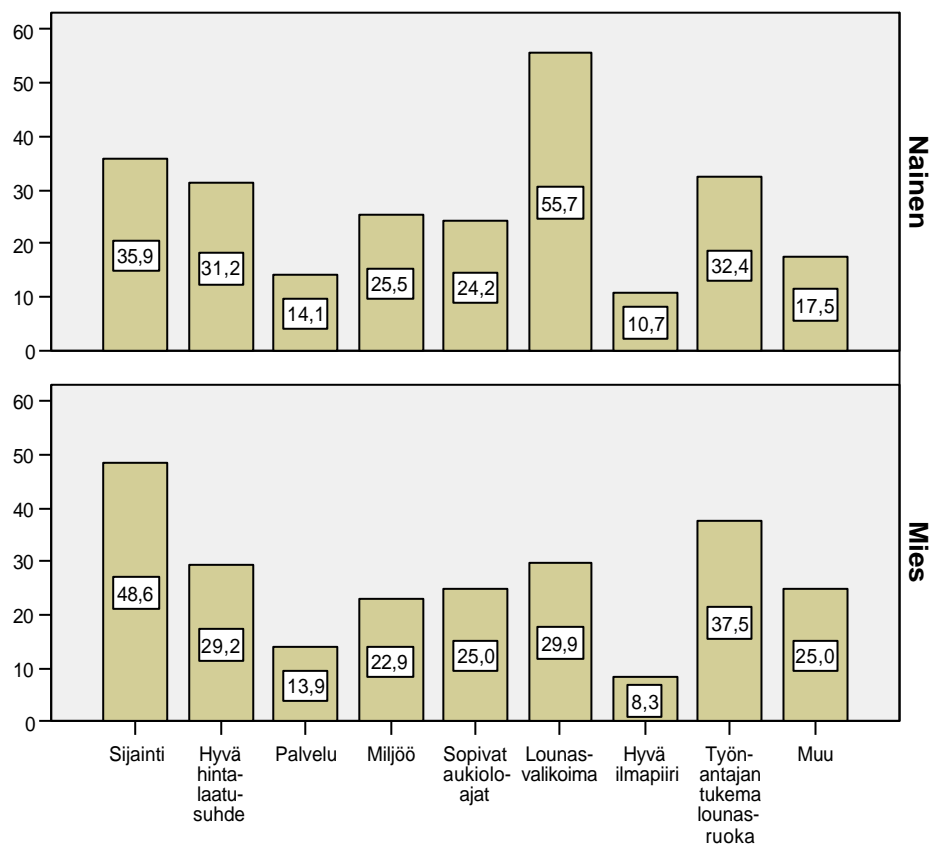


KUVIO 4. Lounaspalveluita käyttävien vastaajien palveluiden käyttötiheys (n=923)

TAULUKKO 4. Lounaspalveluiden käyttötiheys ammattiryhmittäin

						Yhteensä
	Päivittäin	2-3 krt/vko	Kuukausittain	Harvemmin	En ollenkaan	
Lääkäri	52 68,4%	15 19,7%	4 5,3%	4 5,3%	1 1,3%	76 100,0%
Hoitohenkilöstö	89 18,0%	157 31,7%	161 32,5%	81 16,4%	7 1,4%	495 100,0%
Muu henkilöstö	106 30,4%	72 20,6%	78 22,3%	74 21,2%	19 5,4%	349 100,0%
	247 26,8%	244 26,5%	243 26,4%	159 17,3%	27 2,9%	920 100,0%

Taulukon 4 mukaan erot lounaspalvelujen käyttötiheydessä eri ammattiryhmien välillä ovat merkittäviä. Erot ilmenevät selvästi myös chi:n neliötestin avulla. Säännöllisimmin lounaspalveluita käyttävä ryhmä ovat lääkärit (68,4 %). Toiseksi säännöllisimmin palvelua käyttää muu henkilöstö (30,4 %) ja kolmanneksi tässä vertailussa jää hoitohenkilöstö (18,0 %).



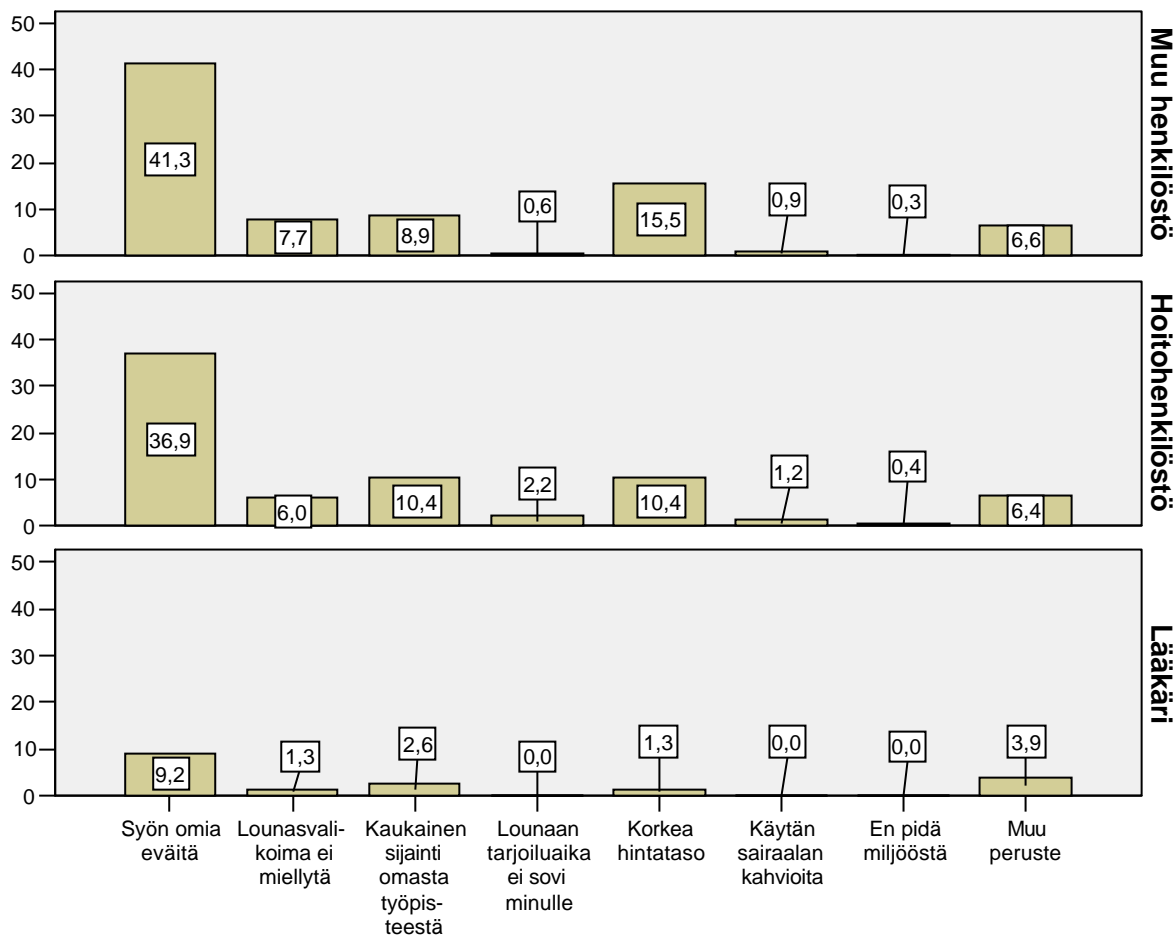
KUVIO 5. Lounaspalvelujen käytön perusteet



Kysymyksessä 6 kysyttiin perusteita lounaspalvelujen käytölle. Annettuja vastausvaihtoehtoja oli yhteensä 8 sekä lisäksi vielä kohta muu, mikä, johon vastaajat pystyivät antamaan kirjallista palautetta. Vastaajilla oli mahdollisuus mainita kolme tärkeintä perustetta lounaspalvelujen käytölle. Ristiintaulukoin annetut vastaukset miesten ja naisten välillä. Annettujen vastausvaihtoehtojen perusteella tärkein kriteeri lounaspalvelujen käytölle oli naisten ryhmässä lounasvalikoima 55,7 %. Miesten ryhmän tärkein kriteeri oli sijainti 48,6 %:n osuudella. Naiset arvottivat sijainnin toiseksi tärkeimmäksi käytön perusteeksi 35,9 %. Miehet taas pitivät työnantajan tukemaa lounasruokaa 37,5 % toiseksi tärkeimpänä kriteerinään naisten ryhmän osuuden ollessa 32,4 %. Miesten kolmanneksi tärkein peruste lounaspalvelujen käytölle oli lounasvalikoima 29,9 %. Lounaspalvelujen hyvää hinta-laatusuhdetta pidettiin molemmissa ryhmissä merkittävänä, prosenttiluvuin miehet 31,2 % ja naiset 29,2 %. Vastausvaihtoehtoon ”muu, mikä”, miehet antoivat 25,0 % vastauksista naisten osuuden ollessa 17,2 %.

Kysymyksessä 6 vastausvaihtoehdon kohdassa ”muu, mikä”, vastaajien tärkeimmäksi ryhmäksi lounaspalvelujen käyttämiselle mainittiin omat eväät (n=54). Perusteet lounaspalvelujen käytölle eväiden sijaan olivat, että vastaajat eivät jaksaa, viitsi tai ehdi tehdä eväitä kotona. Perusteluissa mainittiin myös eväiden unohtuminen kotiin sekä se, että lounasruokailu on mukavaa vaihtelua eväisiin.

Toiseksi tärkeimmäksi perusteeksi vastaajat ilmoittivat lounashetken olevan tärkeä hetki työstä irrottautumiseksi (n=38). Ruokailu kahvila-ravintola Caterinassa katkaisee työpäivän mukavasti, ja silloin voi nauttia lounaan kaikessa rauhassa esim. kahvihuoneessa ruokailuun verrattuna. Näлкä oli myös monen (n=20) syynä lounaspalvelujen käytölle. Kilpailijoiden puuttuminen (n=17) mainittiin myös perusteluksi. Caterinan ruokaa pidettiin erityisen terveellisenä, maukkaana ja monipuolisena (n=15). Valmiin ruoan nauttimista ja sitä, että vastaajan ei tarvitse valmistaa ruokaa enää kotona (n=10), pidettiin tärkeinä seikkoina. Myös fleximillä osto (n=2) ja lounasseura (n=2) mainittiin perusteluiksi lounaspalvelujen käytölle. Take away -valikoima (n=1) ja osastolle kuljetus (n=1) saivat kumpikin yhden maininnan.



KUVIO 6. Lounaspalveluiden käyttämättömyyden perusteet ammattiryhmittäin

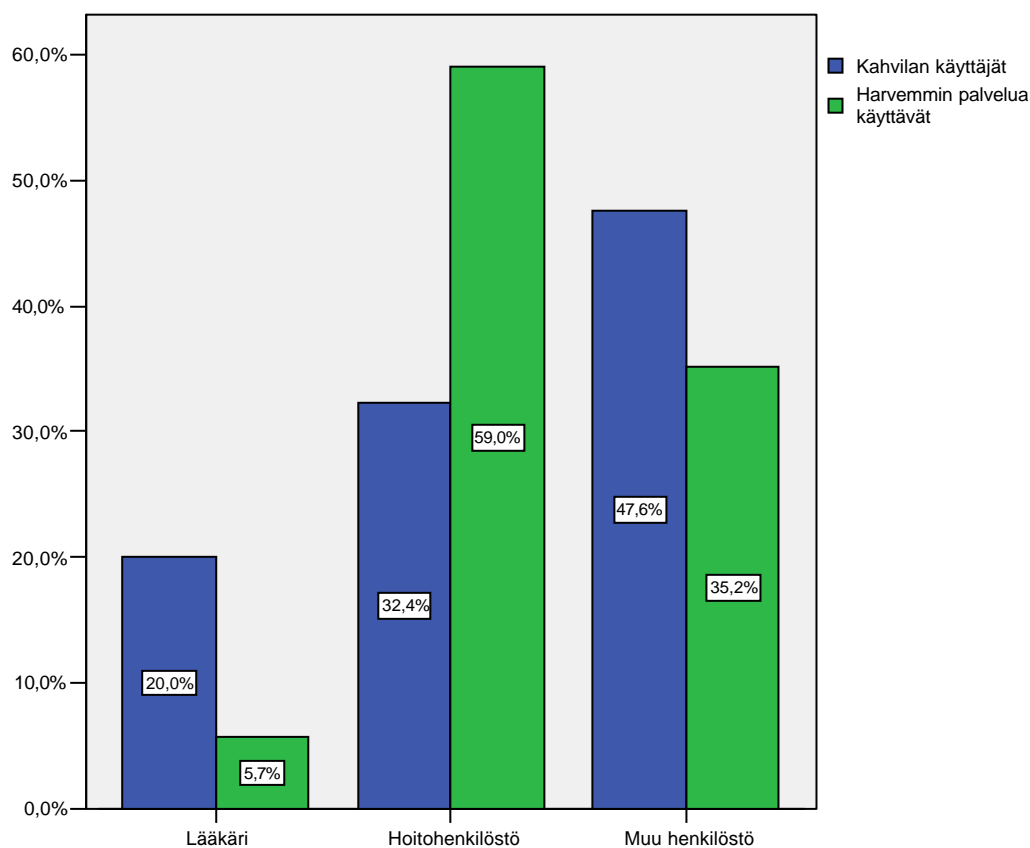
Tärkeimmäksi seikaksi lounaspalvelujen käyttämättömyydelle kaikissa vastaajaryhmissä kohosi omien eväiden syöminen (muu henkilöstö 41,3 %, hoitohenkilöstö 36,9 % ja lääkärit 9,2 %). Myös korkea hinta vaikutti lounaspalvelujen käyttämättömyyteen etenkin muun henkilöstön 15,5 % ja hoitohenkilöstön 10,4 % ammattiryhmissä. Kaukaisen sijainnin johdosta 10,4 % hoitohenkilöstöstä ja 8,9 % muusta henkilöstöstä jätti lounaspalvelut käyttämättä. Lounasvalikoima ei miellyttänyt 7,7 %:ia muusta henkilöstöstä ja 6,0 %:ia hoitohenkilöstöstä. Lounaan tarjoiluaikalla, miljööllä tai sairaalan kahvioiden käytöllä ei ollut olennaista merkitystä lounaspalvelujen käyttämättömyydelle. Vastausvaihtoehto ”muu peruste” sai 6,6 % kannatuksen muulta henkilöstöltä, 6,4 % hoitohenkilöstöltä ja 3,9 % lääkäreiltä.

Kysymyksessä 6.1 vastausvaihtoehdon kohdassa ”muu peruste”, vastaajat antoivat seuraavanlaista palautetta. Suurimmaksi esteeksi lounaspalvelujen käyttämättö-

myydelle nousi työssä vallitseva jatkuva kiire (n=19), joka aikaansaa sen, että työstä ei ehdi irrottautua viettämään ruokatuntia. Myös ruoan säännöstely koettiin epämieluisaksi seikaksi (n=6).

Taloudelliset syyt (n=4), ilta- ja yövuorossa työskentely (n=4), matkatyön tekeminen ja työnkierto (n=3) ja omien eväiden tuominen töihin (n=3) olivat myös perusteina siihen, miksi vastaajat eivät käytä Kahvila-ravintola Caterinan lounaspalveluja. Paprikan esiintyminen jokaisessa ruoassa (n=2) oli kahden vastaajan mielestä epämiellyttävää. Kahden vastaajan perusteina oli se, että he eivät syö päivällä (n=2). Allergiat (n=1), osa-aikaeläkkeellä olo (n=1), porkkanan esiintyminen ruoassa (n=1) ja se, että tarjolla ei ole maitoproteiinitonta ruokaa (n=1), olivat vastaajien esteinä lounaspalvelujen käyttämättömyydelle.

### 6.3 Kahvilapalvelut

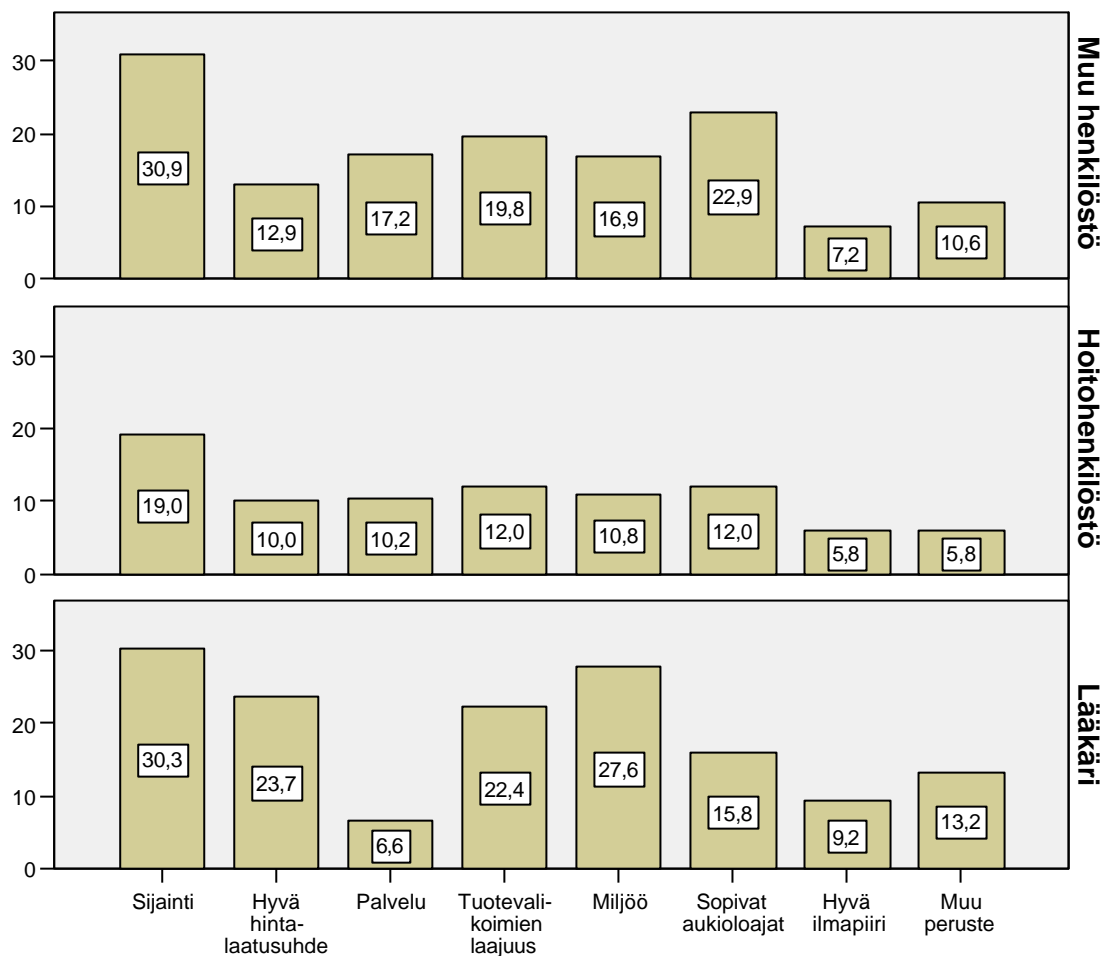


KUVIO 7. Vastaajien kahvilapalveluiden käyttötiheys (n=908)

Kuviosta 7 käy ilmi, että muu henkilöstö 47,6 % (n=81) muodostaa kahvilan käyttäjistä suurimman ryhmän. Hoitohenkilöstö 32,4 % (n=55) sijoittuu tässä vertailussa toiseksi. Lääkäreiden osuus kahvilapalvelujen säännöllisistä käyttäjistä on 20,0 % (n=34). Toisaalta jos vertaamme ammattiryhmien kokoa toisiinsa (taulukko 4), niin tällöin lääkärit nousevat suhteellisesti kahvilapalvelujen käyttäjistä aktiivisimmiksi, sillä 44,7 % lääkäreistä käyttää palveluja. Muusta henkilöstöstä 23,8 % käyttää kahvilapalveluja hoitohenkilöstön osuuden jäädessä vain 11,2 %:iin.

TAULUKKO 5. Kahvilan käyttäjät ammattiryhmittäin (n=905)

	Kahvilan käyttäjät	Harvemmin palvelua käyttävät	Yhteensä
Lääkäri	34 44,7%	42 55,3%	76 100,0%
Hoitohenkilöstö	55 11,2%	434 88,8%	489 100,0%
Muu henkilöstö	81 23,8%	259 76,2%	340 100,0%
Yhteensä	170 18,8%	735 81,2%	905 100,0%



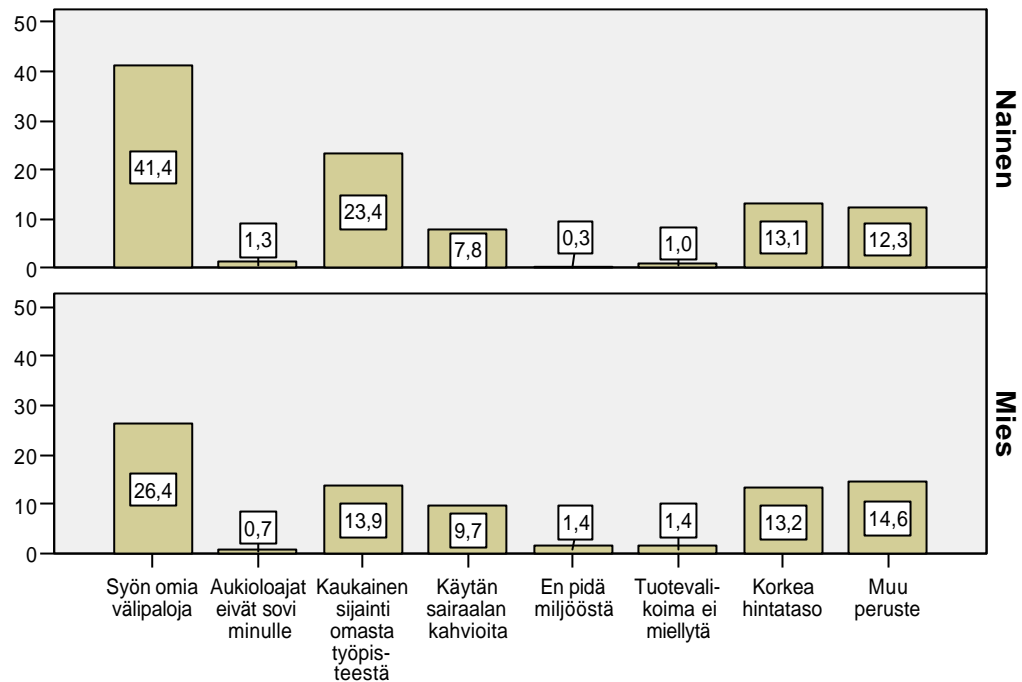
KUVIO 8. Kahvilapalvelujen käytön perusteet ammattiryhmittäin

Eri ammattiryhmillä on toisistaan melko poikkeavat valintaperusteet kahvilapalvelujen käytölle. Kaikki ammattiryhmät pitävät kahvila-ravintola Caterinan sijaintia tärkeimpänä perusteenaan kahvilapalvelujen käytölle (muu henkilöstö 30,9 %, lääkärit 30,3 % ja hoitohenkilöstö 19,0 %). Lääkärit arvottivat myös miljöön 27,6 %, hyvän hinta-laatusuhteen 23,7 % ja tuotevalikoimien laajuuden 22,4 % tärkeiksi valintaperusteiksi. Muun henkilöstö piti sopivia aukioloaikoja 22,9 %, tuotevalikoimien laajuutta 19,8 % ja palvelua 17,2 % tärkeinä kriteereinä. Hoitohenkilöstön vastaukset jakautuivat hyvin tasaisesti tuotevalikoimien laajuuden 12,0 % ja sopivien aukioloaikojen noustessa hieman muita vastausvaihtoehtoja tärkeimmiksi. Muut perusteet kahvilapalvelujen käytölle käyvät ilmi seuraavasta taulukosta 5.

TAULUKKO 6. Kahvilan käytön ”muut perusteet” (n=68)

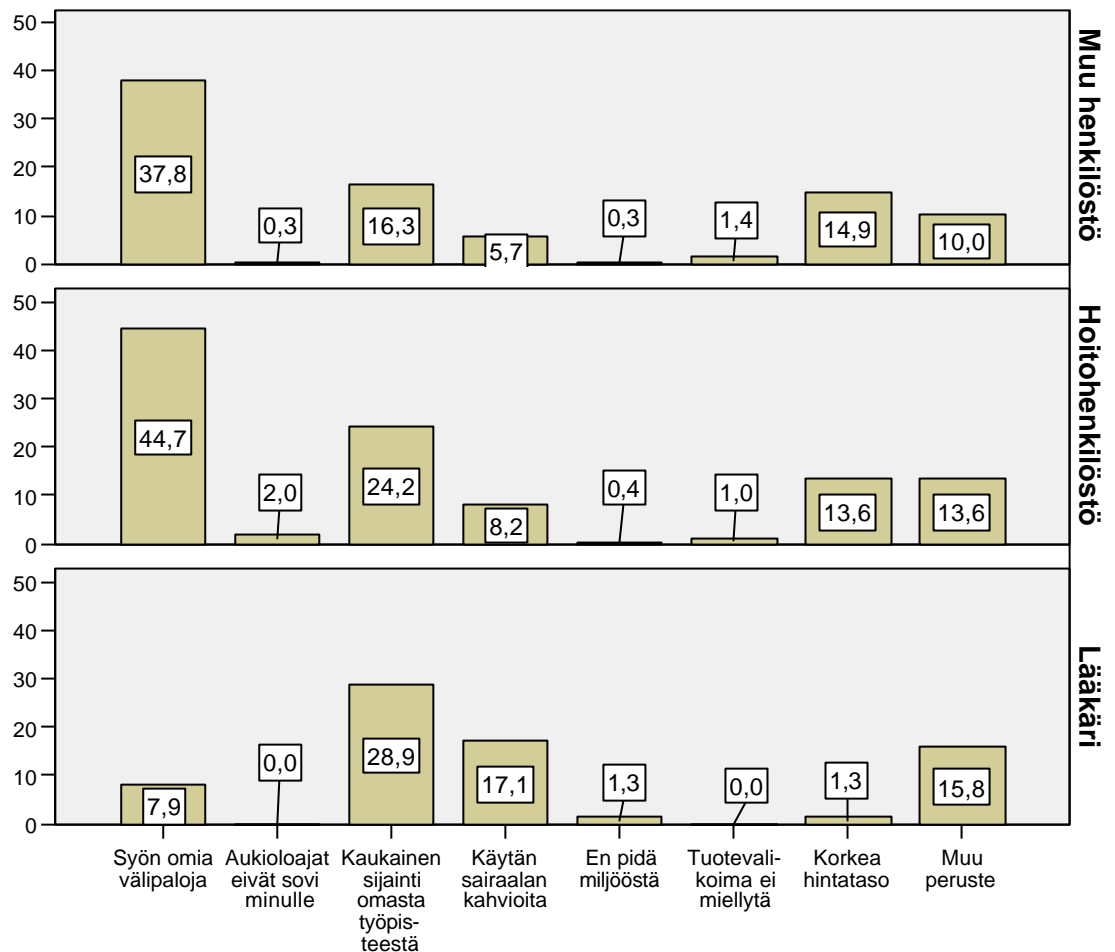
Perustelut	n
Kokousten pitäminen ravintolan tiloissa	22
Erikoiskahvikampanjat eurolla, alennetut tuotteet, tarjoukset	10
Tarve, nälkä, pullantuska	8
Joustavuus, läheisyys, aukioloajat	6
Monipuoliset valikoimat, edullisuus	5
Irrottautuminen työstä, sosiaaliset suhteet	5
Kahvilatuotteiden nouto osastoille	4
Aamiainen	3
Mukava paikka, viihtyisät tilat	3
Maukkaus, terveellisyys	2

Kokousten pitäminen (n=22) yrityksen tiloissa muodosti merkittävimmän kriteerin kahvilapalvelujen käytölle vastausvaihtoehdossa ”muu peruste”. Vastaajat kokivat positiivisina myös erikoiskahvikampanjat eurolla, alennetut tuotteet ja tarjoukset (n=10). Lisäksi kahvilapalvelun tarve (n=8), joustavuus (n=6), monipuoliset valikoimat (n=5) ja työstä irrottautuminen (n=5) koettiin vastaajien keskuudessa merkityksellisinä.



KUVIO 9. Miesten ja naisten kahvilapalvelujen käyttämättömyyden perusteet

Kuten yllä olevasta taulukosta voi hyvin päätellä, perusteet kahvilapalvelujen käyttämättömyydelle sekä miesten että naisten ryhmässä ovat samansuuntaisia. Joitakin merkittäviä eroja on kuitenkin olemassa. Omien välipalojen syönti on kummankin ryhmän suurin perusteen kahvilapalvelujen käyttämättömyydelle, mutta naisten osuus 41,4 % (n=317) on huomattavasti miesten osuutta 26,4 % (n=38) suurempi. Tähän on olemassa selkeät kulttuurilliset perusteet. Myös kahvilan kaukainen sijainti omasta työpisteestä on naisten ryhmässä 23,4 % (n=179) selkeästi suuremmaksi perusteeksi miehiin 13,9 % (n=20) verrattuna. Korkea hintataso 13,2 % (n=19) miehillä ja 13,1 % (n=100) naisilla sekä ”muu peruste” 14,6 % (n=21) miehillä ja 12,3 % (n=94) naisilla ovat yhtä merkittäviä kriteereitä palvelujen käyttämättömyydelle molemmissa ryhmissä. Sen sijaan perusteet, että tuotevalikoimat eivät miellytä, vastaajat eivät pidä miljööstä ja aukioloajat eivät sovi vastaajille, eivät muodostu kahvilapalvelujen käytön esteeksi kummassakaan ryhmässä.



KUVIO 10. Kahvilapalvelujen käyttämättömyyden perusteet ammattiryhmittäin

Käyttämättömyyden esteet kahvilapalvelujen käytölle ovat painottuneet eri tavalla (kuvio 11). Hoitohenkilöstön merkittävin peruste kahvilapalvelujen käyttämättömyydelle on omien välipalojen syönni 44,7 %. Myös kaukainen sijainti omasta työpisteestä 24,2 % ja korkea hintataso 13,6 % ovat selviä käytön esteitä. Muun henkilöstön, jonka käyttämättömyyden syyt ovat samat kuin hoitohenkilöstön, osuudet vain painottuvat hieman eri tavalla (omien eväiden syönni 37,8 %, kaukainen sijainti omasta työpisteestä 16,3 % ja korkea hintataso 16,3 %). Lääkäreiden käyttämättömyyden perusteet ovat erilaiset kuin kahden muun ammattiryhmän. Merkittävin peruste käyttämättömyydelle on kahvila-ravintolan kaukainen sijainti 28,9 %. Lääkärit käyttävät myös sairaalan kahvioita 17,1 %. Tämän lisäksi ”muu peruste” 15,8 % muodostaa vielä merkittävän osuuden käyttämättömyydelle.



TAULUKKO 7. Kahvilapalvelujen käyttämättömyyden perusteet, “muu peruste”  
(n=113)

Vastausperuste	n
Vastaajilla on käytössänsään oma kahvihuone/-porukka	46
Vastaajilla ei ole aikaa irrottautua työstään eikä tulla Caterinaan kahville	23
Ei tarvetta kahvilapalveluille	22
En syö välipaloja	5
En juo kahvia	4
Kahvi on kallista, pieni palkka	4
Jos voisin maksaa fleximillä, niin sitten	4
Käyn kanttiinissa	2
En pidä pullasta	1
Huono makeisvalikoima	1
Kaikissa tuotteissa on maitoa	1

Selvästi suurimman esteen kahvilapalvelujen käyttämättömyydelle muodostaa peruste, että vastaajilla on omilla osastoillaan käytössä oma kahvihuone ja -porukka (n=46). Hyvin merkittävänä seikkana esiin nousee myös ajan puute (n=23). Ajan puutteen johdosta, kahvitauon pituus 10 minuuttia, vastaajilla ei ole mahdollisuutta irrottautua työstä. Vastaajilla ei ollut myöskään tarvetta kahvilapalveluille (n=22). Epäselväksi tässä vastausryhmässä jää, että kuuluvatko nämä vastaajat osastojen kahviporukoihin vai ovatko he kokonaan käyttämättä kahvilitaukojaan..

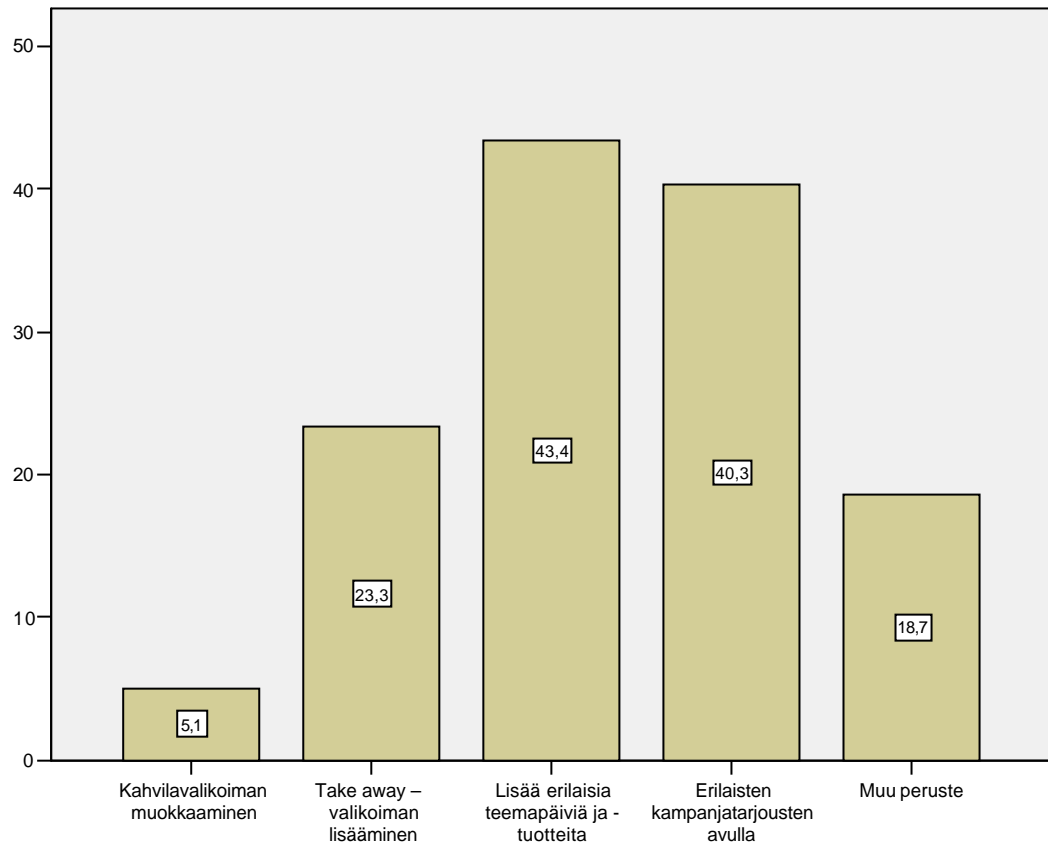
## 6.4 Vastaajien tietoisuus Caterinan tarjoamista palveluista

TAULUKKO 8. Vastaajien tietoisuus kahvila-ravintola Caterinan tarjoamista palveluista

Palvelut	Vastaajia	Tietoisuus
Take away -myynti	921	97,9 %
Päivystys-ateriat	891	75,4 %
Front cooking	902	84,7 %
Tilaustar-joilu	913	89,7 %
Kabinetti-vuokraus	901	86,2 %

Taulukosta 8 käy ilmi vastaajien tietoisuus kahvila-ravintola Caterinan tarjoamista palveluista. Tulosten perusteella käy hyvin ilmi, että kahvila-ravintola Caterinan tarjoaminen palveluiden tunnettuus on erittäin hyvä. Take away -myynti (97,9 %) on lähes jokaisen vastaajan tiedossa. Myös tietoisuus tilaustarjoiluista (89,7 %), kabinettivuokrauksesta (86,2 %) ja front cooking -aterioista (84,7 %) on hyvällä tasolla. Mahdollisuudesta toimittaa päivystysaterioita osastoille (75,4 %) olivat vastaajat myös melko hyvin tietoisia. Tätä keskiarvoa tosin voi hieman laskea se, että päivystykset eivät koske kaikkia vastaajia ja tämän johdosta tämä palvelu ei ollut niin hyvin kaikkien tiedossa.

## 6.5 Vastaajien ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi



KUVIO 11. Millä tavoin kahvila-ravintola Caterinan palvelua voitaisiin kehittää?

Suurimman kannatuksen palvelujen kehittämiseksi sai vastausvaihtoehto ”lisää erilaisia teemapäiviä ja – tuotteita” 43,4 % (n=402). Melkein yhtä suureen kannatukseen ylsi vaihtoehto ”erilaisten kampanjatarjousten avulla” 40,3 % (n=374). ”Take away – valikoiman lisääminen” keräsi 23,3 % (n=216) äänistä ”muun perusteen” saadessa 18,7 % (n=173) kannatuksen. ”Kahvilavalikoiman muokkaaminen” 5,1 % (n=47) ei tuntunut olevan kovin merkityksellinen vastaajien mielestä palveluiden kehittämiseksi.

Oheisessa kysymyksessä vastaajilla oli mahdollisuus perustella antamansa vastaukset myös sanallisessa muodossa, joka muodostui erittäin tärkeäksi vaihtoehdoksi, sillä eihän esim. erilaisten teemapäivien lisääminen yksistään kerro toimeksiantajalle mitään, ellei vastaaja konkreettisesti anna joitakin todellisia ehdotuksia

toiminnan kehittämiseksi. Seuraavassa taulukossa esitellään vastaajien antamat sanalliset vastaukset ryhmiteltyinä.

TAULUKKO 9. Vastaajien toiveita palvelujen kehittämiseksi

VASTAAJIEN TOIVEITA	(n)
Teemapäivät hyviä	45
Rajoitukset pois	36
Hinnat alemmiksi	34
Astianpalautuksessa ja kassoilla ruuhkaa	19
Lisäkesalaattipöytään vaihtelua	15
Enemmän perinteistä kotiruokaa	12
Käytetyt raaka-aineet menuihin/annoksen sisältämä energia	12
Tiedottaminen kiertävästä listasta	11
Ei paprikaa ruokiin	10
Vaihtelua salaattinkastikkeisiin	7
Mahdollisuus ottaa ruokaa mukaan	6
Enemmän kasvisruokia	6
Ei porkkanaa ruokiin	5
Enemmän ruokaisia salaattivaihtoehtoja	5
Ruokalistojen nimet suomen kielellä	5
Take away useammille päiville	5
Kalaa useammin	4
Kevytateriamahdollisuus	4
Take away -tuotteita lisää	4
Melua, tila liian avoin, lisää yksityisyyttä	4
Tietoa työnantajan tarjoamasta tuesta	4

Seuraavat vastaukset ovat vastaajien yksittäisiä ehdotuksia ja mielipiteitä kahvilaravintola Caterinan toiminnan kehittämiseksi:

- Salaatinkastikkeet pulloihin
- Vähärasvaista jäätelöä myyntiin
- Kalapihveille kastiketta
- Edellisen päivän ruokaa puoleen hintaan
- Mikäli teemaviikko on erikoinen, niin tällöin myös mahdollisuus ns. normaaliin ruokaan
- Kurkkua ja tomaattia joka päivä
- Ruoka riittävän kuumaksi
- Broilerin rintaa
- Kiertävän listan päivien vaihtelu
- Serviettiautomaatti linjastoon
- Homejuuston ja valkosipulin erittely ruokalistassa
- Yövuoron tilauspalveluun useampia vaihtoehtoja
- Mehua lounaalle
- Öljy- viinietikkasalaatinkastiketta
- Ei kaalia, sipulia, purjoa ja pähkinöitä
- Kalaa liian usein
- Take away -valikoimiin useampia vaihtoehtoja sekä pienempiä annoksia, ostot fleximillä?
- Tarkkuutta gluteenittomien ruokien valmistukseen
- Kanta-asiakkaille bonusta?
- Juomavesi kylmäksi
- Lisää kampanjatarjouksia
- Valmiita salaattiannoksia
- Sydänystävällisin valinta ruokalistaan
- Lautasmallin mukainen malliateria esille
- Työnantajalta enemmän ajallista tukea lounastauon pidentämiseksi
- Lihoihin ja makkaroihin kunnan ruskistus
- Kasvisaterioihin papuja ja tofua
- Pizzoihin vaihtelua

Vastaajien toiveita eri ruokalajeista:

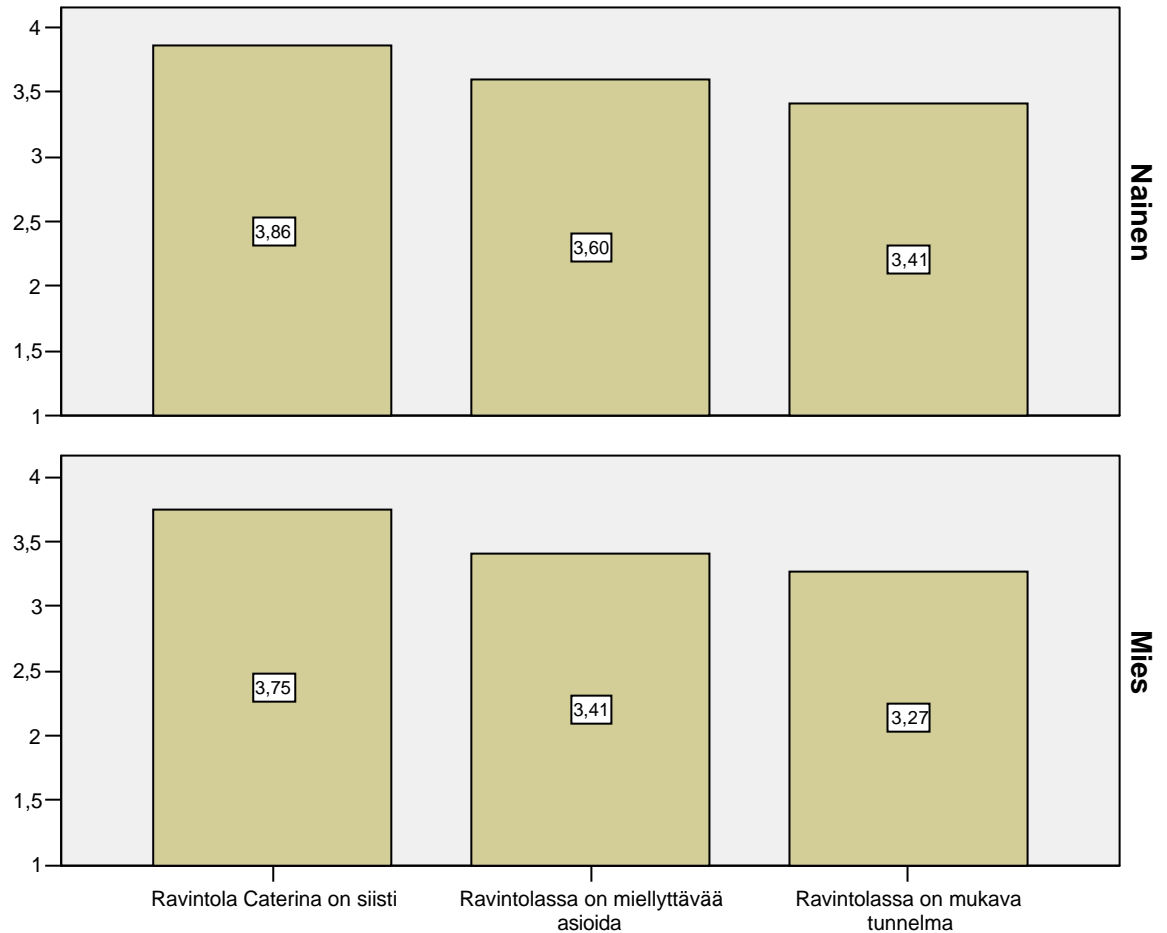
- Makaroni-, kaali- ja lanttulaatikkaa
- Stroganoffia
- Maksaa
- Kinkku-tonnikalapizzaa, hampurilaisia, tortilloja
- Kasvispatoja
- Kesä-, muijku- ja perinteistä kalakeittoa
- Pääsiäislammasta
- Kuhaa, siikaa, uunikalaa
- Vispipuuroa, puuroja ja mehukeittoa useammin
- Spagetti-bolognesea, lihapullia
- Perunamuusia, lohkopurunoita, ranskanpurunoita
- Juureksia
- Karjalanpiirakoita
- Ohukaisia, simaa ja munkkeja

Edellisten ruokalajien lisäksi vastaajat toivoivat teemapäivien liittämistä juhlapyhien yhteyteen. Myös maakuntien perinneruoat olivat yhtenä tulevaisuuden toiveena.

TAULUKKO 10. Vastaajien toiveet teemapäivien kohdemaista

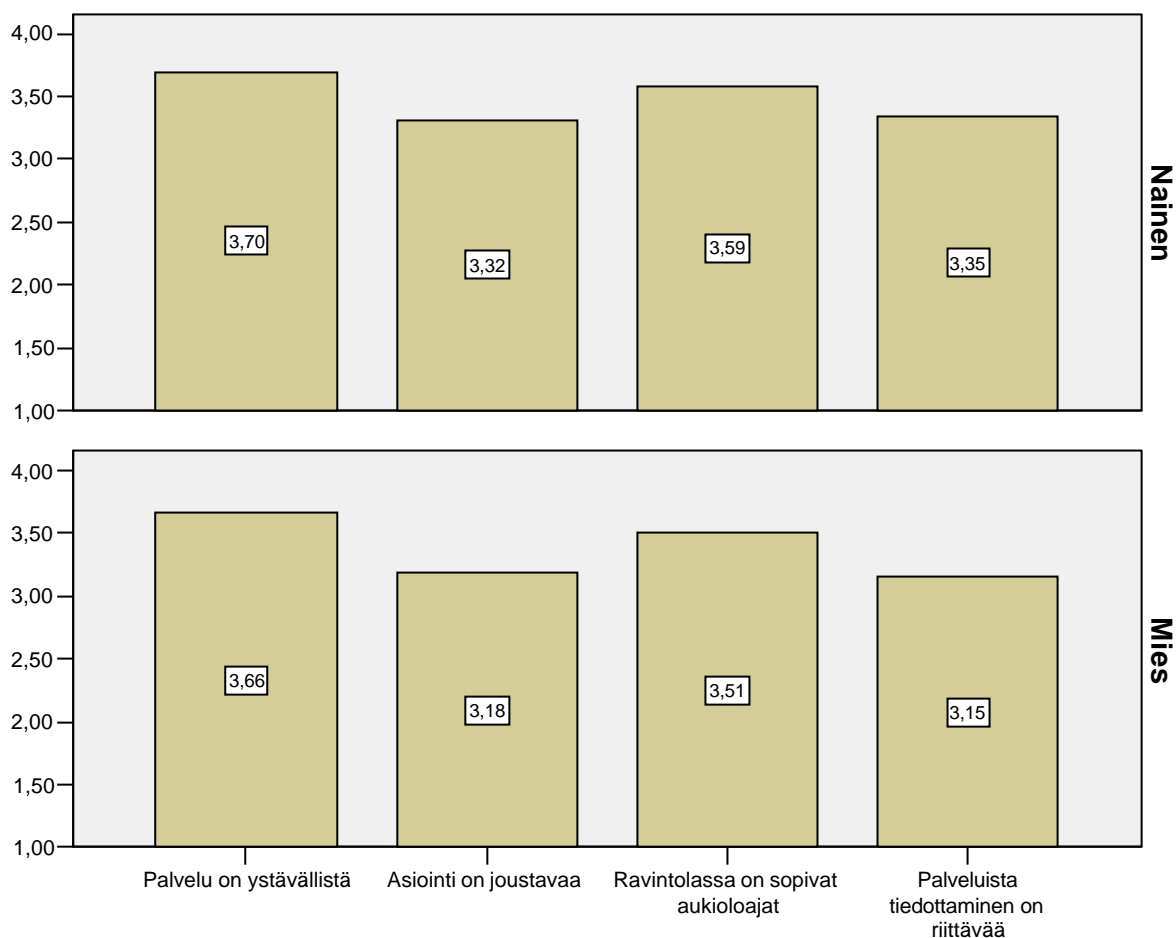
Ranska
Intia
Meksiko
Kiina
Japani
Indonesia
Thaimaa
Italia
Aasia

## 6.6 Vastaajien kokonaisarviot Caterinan toiminnasta



KUVIO 12. Vastaajien mielipiteet kahvila-ravintola Caterinan yleisvaikutelmasta

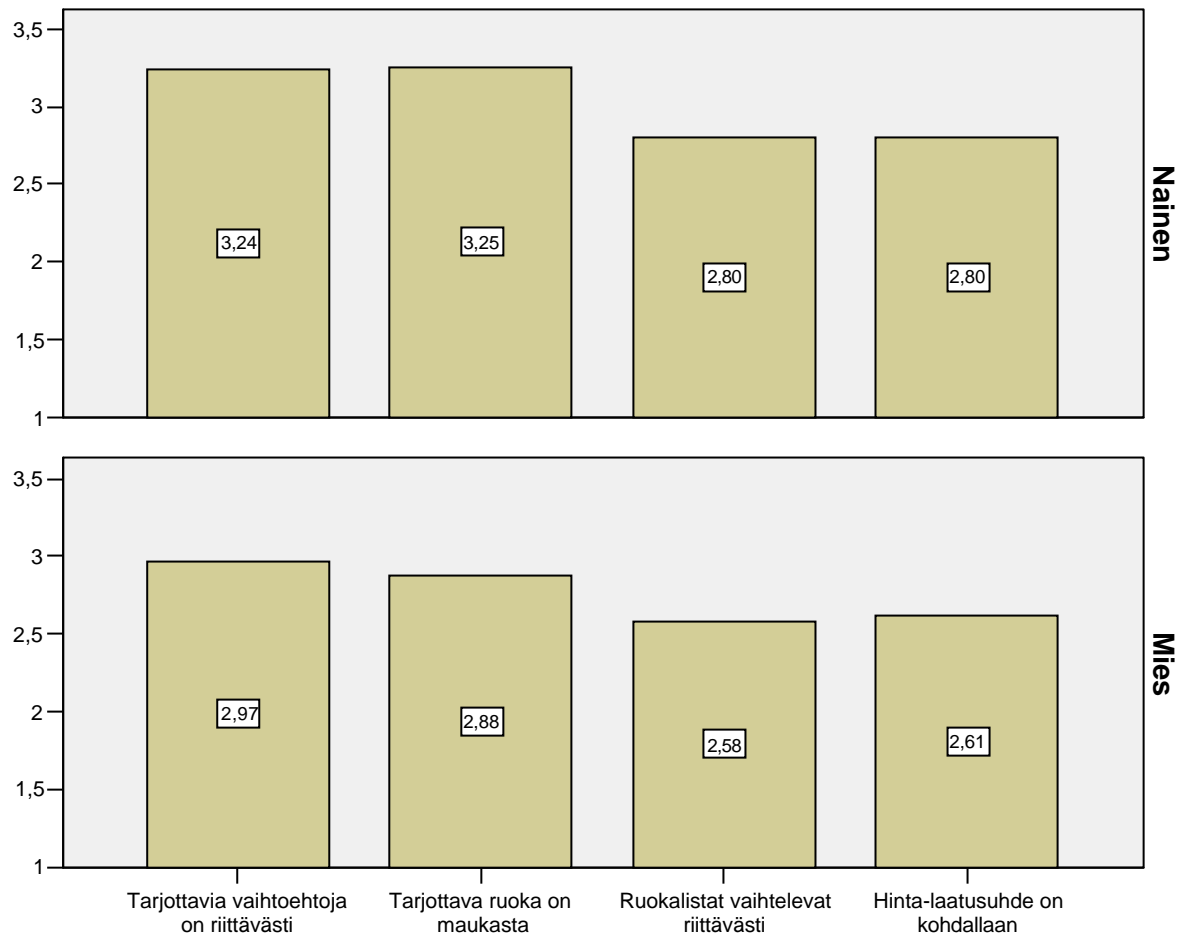
Kuvion 12 perusteella kahvila-ravintola Caterinan yleisvaikutelma on vastaajien mielestä sekä naisten että miesten ryhmässä varsin korkealla tasolla. Caterinan siisteys saa naisilta (n=760) keskiarvoksi 3,86 ja miehiltä (n=143) 3,75 maksimiarvon ollessa 4. Naisten mielestä (n=754) (ka 3,60) ravintolassa on hyvin miellyttävää asioida. Myös miehet (n=143) (ka 3,41) ovat asiasta lähes samaa mieltä. Ravintolan tunnelman niin naiset (n=754) (ka 3,41) kuin miehetkin (n=141) arvostavat hyvälle tasolle (ka 3,27). Kokonaisuutena ravintolan yleisvaikutelma saa kiitettävän arvosanan kokonaiskeskiarvon ollessa 3,50. Naiset arvottavat yleisvaikutelman eri osatekijät hieman miehiä korkeammalle tasolle.



KUVIO 13. Miesten ja naisten mielipiteet kahvila-ravintola Caterinan palvelun laadusta

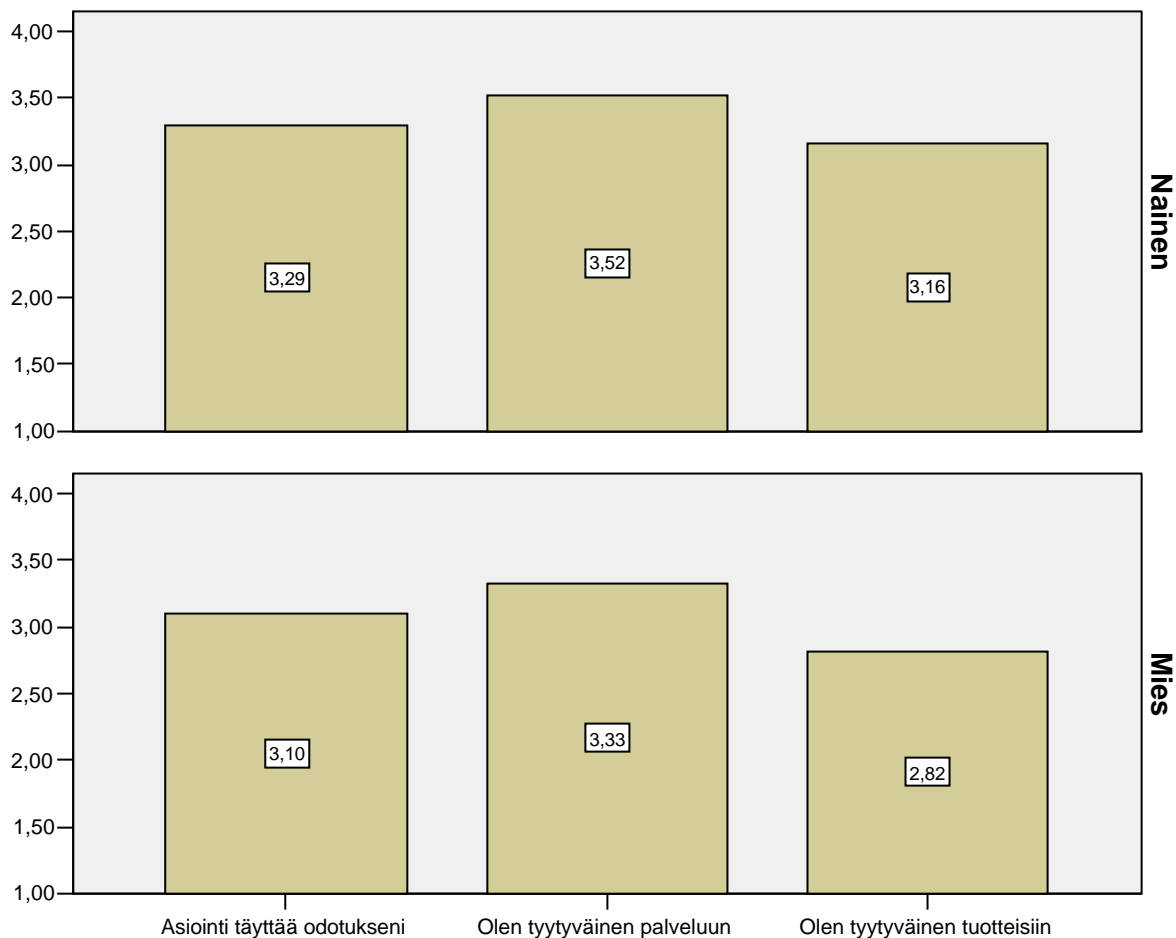
Naisten ryhmän keskiarvot olivat jälleen miesten arvoja korkeammat, joskin molempien ryhmien keskiarvot olivat lähestulkoon kiitettävällä tasolla. Palvelun ystävällisyyttä pidettiin erinomaisena, naisten ryhmän (n=758) keskiarvo oli peräti 3,70 ja miestenkin (n=141) 3,66. Asiainnin joustavuudessa oli välillä joitakin puutteita. Naisten vastausten (n=753) keskiarvo oli 3,32 ja miesten (n=140) 3,18.





KUVIO 14. Vastaajien mielipide ruoan laadusta kahvila-ravintola Caterinassa

Myös ruoan laatua tarkasteltaessa naisten antamat arvosanat ovat miesten arvostuksia korkeammat. Tarjottavien ruokalajien kohdalla naisten (n=754) keskiarvo on 3,24 miesten (n=141) keskiarvon ollessa 2,97. ”Tarjottava ruoka on maukasta” -väittämään naisten (n=751) antamaksi keskiarvoksi tuli 3,25 miesten (n=141) keskiarvon jäädessä 2,88:aan. Ruokalistojen vaihtelevuus ei saanut naisiltakaan (n=747) korkeaa keskiarvoa (ka 2,80). Miehet (n=140) arvostivat ruokalistojen vaihtelevuuden 2,58:n arvoiseksi.



KUVIO 15. Vastaajien odotusten täytyminen kahvila-ravintola Caterinassa

Asiointi kahvila-ravintola Caterinassa täyttää naisten (n=753) odotukset keskiarvon 3,29 mukaisesti. Miesten (n=142) keskiarvo on aiempien väittämien mukaan hieman matalampi eli 3,10. Naiset (n=755) ovat hyvin tyytyväisiä palveluun (ka 3,52) kuten miehetkin (n=142) (ka 3,33). Naisten ryhmä (n=753) oli melko tyytyväinen tuotteisiin (ka 3,16) miesten tyytyväisyyden keskiarvon jäädessä 2,82:aan.

Kysymyksessä 11 olevien väittämien perusteella laskin kullekin väittämärühmälle yhteiset kokonaisarvosanat. Otin laskuissa huomioon sekä naisten että miesten ryhmät. Yleisvaikutelmalle kokonaisarvosanaksi muodostui kiitettävä 3,60. Myös palvelu arvotettiin erittäin hyväksi keskiarvon ollessa 3,47. Ruoan laadun keskiarvo jäi numeerisista arvioinneista kaikkein matalimmaksi (ka 2,99).

## **6.7 Asiakaskyselyn tulosten tiedottaminen 30.1.2006**

Sovin ruokapalvelun johtajan Anja Lehdon kanssa, että tulen kertomaan maanantaina 30.1.2006 asiakaskyselyn tuloksista kahvila-ravintola Caterinan henkilökunnalle henkilöstön viikkopalaverissa. Palaveri järjestetään joka maanantai klo 13 - 13.30 ja kyseinen maanantai olikin varattu kokonaan minulle ja tulosten esittelylle.

Tein esitystä varten 37 diaa sisältävän Power point -esityksen. Esitin kyselyn tulokset siten, että taustatietokysymykset kävin nopeasti läpi ja varsinaiset tulokset kehittämistoimenpiteineen analysoin perusteellisemmin. Kyselyn tulokset aiheuttivat henkilökunnan keskuudessa luonnollisesti keskustelua ja ihmettelyäkin, kuten aina silloin, kun palvelusta tai tuotteista esitetään kritiikkiä tai kun palaute on ollut negatiivista. Palaute tulisi kuitenkin käsitellä aina rakentavasti ja samalla nähdä sekä palaute että kritiikki mahdollisuutena ja voimavarana tulevaisuutta ajatellen.

Tuloksissa oli hyviä kehittämideoita ja joitakin niistä tullaan ottamaan käyttöön mahdollisimman pian. Tärkeimpinä kehittämiskohteina näimme yhdessä ruokapalvelujohtaja Anja Lehdon kanssa tietoisuuden lisäämisen asiakkaiden keskuudessa. Yhtenä kysymyksenä asiakaskyselyssä oli palvelujen tunnettuus, joka oli erinomaisella tasolla, mutta kehittämiskohteena oleva tietoisuuden lisääminen tapahtuisikin hintojen muodostumisesta, kappalerajoituksista, työnantajan tarjoamasta tuesta sekä kiertävistä ruokalistoista. Tietoisuuden lisääminen ateriahinnan muodostumisesta voisi hyvinkin lisätä asiakkaiden ymmärtämystä hintojen suhteen eli mikä lounaassa maksaa. Lounaan ateriahinta ei voi olla sama kuin raaka-ainekustannus (32 % :ia lounaan kokonaishinnasta).

Tunnelma palaverissa oli hyvä. Jonkin verran syntyi myös keskustelua ja ennen kaikkea saadut tulokset herättelivät kahvila-ravintola Caterinan henkilökuntaa miettimään asioita. Asiakaslähtöisyydellä ja -keskeisyydellä on suuri merkitys nyt ja tulevaisuudessa. Ilman asiakkaita ei ole liiketoimintaa. Kokonaispaketti Caterinassa on saatujen tulosten valossa hyvällä mallilla, mutta aina on jotain parannettavaa, jotta asiakkaiden olisi mahdollisimman helppoa ja vaivatonta asioida ja jotta he säilyisivät asiakkaina myös tulevaisuudessa.

### **6.8 Lehtijuttu henkilökunnan Mitä kuuluu -lehteen**

Toimeksiantajan pyynnöstä kirjoitin opinnäytetyöni pohjalta lehtijutun henkilökunnan kuukausittain ilmestyvään Mitä kuuluu -lehteen. Jutun perimmäisenä tarkoituksena oli kertoa oman opinnäytetyöni tekemisestä aina asiakaskyselyn suunnittelusta kyselyn pohjalta saatujen tulosten analysointiin saakka.

Juttu ilmestyi maaliskuun 2006 Mitä kuuluu -lehdessä. Tulosten analysointi perustui asiakaskyselystä saamiini tuloksiin ja niistä tehtyihin johtopäätöksiin. Toki tuloksia voidaan tulkita monilla eri tavoilla, mutta sain tuloksista mielestäni olennaisimman esiin ja myös erittäin hyvät perustelut johtopäätöksiini. Oma ammatillinen osaamiseni ja kokemus olivat suurena apuna tulosten purkamisessa ja analysoinnissa.

## 7 POHDINTA

Tyytyväinen asiakas on toiminnan perusedellytys ja menestymisen ehto, sillä ilman asiakkaita ei ole toimintaakaan. Asiakslähtöisyys kahvila-ravintola Caterinassa on kohteliaisuutta, huomaavaisuutta, asiakkaiden tarpeisiin vastaamista, palautteen vastaanottamista ja siihen reagoimista, vaihtoehtojen esittelyä sekä aktiivisuutta myyntityössä.

Kahvila-ravintola Caterinan toiminnan laatua pyritään jatkuvasti kehittämään. Päivittäiset asiakkaat arvioivat laatua kaikilla aisteillaan: maistavat, haistavat, kuulevat ja näkevät. Heidän laatukokemuksensa syntyy työntekijöiden kaikesta tekemisestä. Laadukas lopputulos syntyy siten, että kaikki tekevät työnsä parhaan kykynsä mukaan, vastaavat oman työnsä laadusta ja noudattavat yhteisiä ohjeita, kuten esimerkiksi reseptiikkaa, omavalvontaohjelmia ja tiedotemateriaalia. Tämän lisäksi Caterinassa käytetään yhtenäisiä työasuja, pidetään lupaukset asiakkaille, noudatetaan sovittuja aikatauluja, pyritään jatkuvasti kehittymään työssä ja toimintatavoissa. Myös vastuun kantaminen luonnonvarojen säästämistä kuuluu jokaisen työntekijän päivittäiseen toimintaan (Huikkonen 2005, 5).

Kahvila-ravintola Caterinan asiakastyytyväisyyskyselyssä kohdalla päädyimme kyselyn toteuttamiseen sähköisesti Digium -ohjelmalla suuren tutkimuskohdejoukon ja sen jäsenten toisistaan hyvin poikkeavien työvuorojen vuoksi. Kyselyn toteuttaminen sähköisesti asettaa luonnollisesti suuria haasteita. Jotta kohdejoukko saadaan aktivoitua vastaamaan, kyselyn pitää olla huomiota herättävä, riittävän selkeä, siihen pitää pystyä vastaamaan nopeasti työnkin ohessa ja kysytyjen asioiden tulee olla tärkeitä vastaajille. Kyselyn olisi myös hyvä tuoda vastaajille jokin lisäarvoa joko palkintoina ja mahdollisena toiminnan kehittymisenä.

Asiakastyytyväisyyskyselyn luotettavuus riippuu paljon siitä, miten suureksi vastausprosentti muodostuu. Suuruuteen vaikuttavat tutkimuksen kohderyhmä, aiheen kiinnostavuus vastaajille, kysymysten määrä, muotoilu ja ulkoasu sekä se, onko kyselyyn vastaamisesta luvattu jonkinlainen palkkio. (Lotti 2001, 119.) Kahvila-ravintola Caterinan kyselyn laatiminen sähköisesti onnistui hienosti. Huolella

laadittu, kiinnostava ja sopivan mittainen kyselylomake motivoi vastaajia tuomaan oman panoksensa asiakastyytyväisyyskyselyyn. Vastaajien motivaatiota varmasti lisäsivät kyselyn mukana lähetetty ytimekäs saatekirje, vastaamisen yhteyteen liitetty arvonta sekä sopivan pituiseksi rajattu vastausaika.

Asiakastyytyväisyyttä tutkimalla voidaan kehittää tarjottuja palveluja asiakkaiden haluamaan suuntaan. Asiakastyytyväisyydellä on todettu olevan suora vaikutus yrityksen menestymiseen. Tyytyväiset asiakkaat käyttävät yrityksen palveluja ja tuotteita todennäköisesti myös tulevaisuudessa, kun taas tyytymätön asiakas ei valita tyytymättömyydestään, vaan lopettaa vain yrityksessä asioimisen.

Jatkuvalla palvelun seurannalla voidaan seurata asiakastyytyväisyyden tason pysyvyyttä ja reagoida mahdollisimman nopeasti toiminnassa ilmenneisiin epäkohtiin. Mahdollisuuksia seurannan toteuttamiseen on olemassa monia kuten päivittäinen seuranta, yksittäisten kyselyjen toteuttaminen, haamuasiakkuuksien tekeminen tai yksinkertainen palautejärjestelmä, jossa asiakas voi nimettömästi kirjoittaa sekä positiivista että rakentavaa palautetta henkilökunnalle. Palautteen analysoinnissa on hyvin tärkeää, että annettuun palautteeseen reagoidaan nopeasti ja asianmukaisesti. Ennen kaikkea asiakkaan tulee kokea olevansa tärkeä ja ainutlaatuinen yrityksen toiminnassa.

Hieman ongelmalliseksi muodostui asiakaskyselyyn vastanneiden vastaamisprosentin laskeminen, sillä Keski-Suomen keskussairaalan tietohallinnosta saamieni tietojen mukaan olemassa olevista sähköpostitileistä jopa muutamia satoja voi olla käyttämättöminä. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että sähköpostiosoitteet on avattu, mutta niitä ei jostain syystä käytetä. Ne on voitu avata esimerkiksi määräaikaisille työntekijöille, joiden työsuhde on jo päättynyt eikä osoitteita ole kuitenkaan jostain syystä suljettu.

Kirjallisen asiakaskyselyn toteuttaminen vaatii paljon suunnittelua. Mikäli kysely toteutetaan siten, että kyselyn laatija ei ole itse toteuttamassa kyselyä ja ohjeistamassa vastaamiseen, niin vastaukset voivat jäädä vähäisiksi. Samat riskit ovat tietysti olemassa myös sähköisessä kyselyssä, mikäli kysely ei herätä vastaajien mielenkiintoa. Tällöin kysely päättyy helposti vastaamattomien sähköpostien

joukkoon ja sieltä roskakoriin. Kahvila-ravintola Caterinan asiakaskyselyn kyselylomakkeen laadinnassa sain korvaamatonta apua toimeksiantajalta, jonka toiminta oli aktiivista ja kannustavaa.

Liian lyhyt vastausaika voisi rajoittaa vastanneiden määrää ja myös liian pitkällä vastausajalla voisi olla vastaavnlaisia vaikutuksia. Lyhyen vastausajan ongelmana olisi se, että osa työntekijöistä voisi olla vapaalla tai lomalla tai jostain muusta syystä olla estynyt vastaamaan. Liian pitkän vastausajan ongelmaksi voisi muodostua se, että vastaaja siirtäisi vastaamisensa myöhempään ajankohtaan ja näin mahdollisesti unohtaisi vastata kyselyyn.

Lukuisten asiakaskyselyjen palautusten ohella asiakaskysely herätti kahvila-ravintola Caterinassa paljon keskustelua. Toimeksiantajan mukaan useat asiakkaat keskustelivat kyselystä ruokailunsa yhteydessä. Kyselyllä oli siis selvästi tarvetta ja kyselystä saatavien tulosten perusteella toimeksiantajan on mahdollista kehittää toimintaansa asiakkaiden toivomaan suuntaan.

Luotettavuus on aina mittauksen perusta. Tiedon, jota tutkimusta tai toimeksiantoa varten kerätään, on oltava ehdottoman luotettavaa. Keskeinen termi, jota käytetään luotettavuutta mitattaessa, on reliabiliteetti. Tämä tarkoittaa tulosten pysyvyyttä ja on sitä parempi, mitä vähemmän sattuma vaikuttaa tuloksiin. Lisäksi on huolehdittava mittaamisen ja mittareiden käytön hallinnasta. (Holopainen ym. 1995, 13.)

Kahvila-ravintola Caterinan asiakaskyselyn luotettavuus muodostui mielestäni hyväksi, sillä kyselyyn tuli määräajassa yhteensä 927 vastausta. Vastauksista 876 kappaletta oli sähköisessä muodossa annettuja. Loput kyselyt eli 51 kappaletta täytettiin perinteisin keinoin kirjallisesti. Todellista vastausprosenttia on melko vaikeaa arvioida, sillä kuten jo aiemmin totesin, kyselyn saaneiden lukumäärää ei voida tarkasti sanoa. Joka tapauksessa vastanneiden lukumäärä on niin suuri, että voidaan sanoa kyselyn tavoittaneen halutun kohderyhmän ja samalla kyselyn luotettavuusvaatimuksen, reliabiliteetin, täyttyneen.

Kuviosta 2 saatavat tulokset vastaajien ikäjakaumasta vahvistavat tutkimuksen reliabiliteettia. Tulokset viestivät alalle vaadittavasta korkeasta koulutustasosta kuin myös alan fyysisestä rasittavuudesta. Taulukosta 1 saatavan informaation perusteella voimme suurella varmuudella myös todeta kyselyn olevan luotettava ja sen edustavan kaikkia ammattiryhmiä tasapuolisesti.

Myös tutkimuksen validiteetti oli hyvä. Tutkimuksen laatijan ja toteuttajan oma ammattitaito liittyy juuri toimeksiannon antaneen yrityksen toimialaan, joten sekä toimiala että yrityksen tarjoamat palvelut olivat melko tuttuja tutkijalle. Tutkimuksen tekninen toteutus onnistui myös mainiosti ilman teknisiä ongelmia. Kyselyyn vastaaminen oli sekä nopeaa että helppoa ja kyselyn yhteydessä oli mukana myös saatekirje, jossa kerrottiin, että kuka on laatinut asiakaskyselyn ja minkä vuoksi. Erittäin hyvänä kannustimena vastaamiseen oli kyselyssä mainittu arvonta kaikkien vastanneiden kesken. Arvonta ja siitä mahdollisesti voitettavat palkinnot motivoivat ihmisiä vastaamaan.

Kuvion 4 tuloksista lounaspalveluja käyttävien vastaajien käyttötiheydestä on mahdotonta löytää eroja. Käyttämättömyyden esteisiin sekä palvelujen houkuttelevuuden lisäämiseen olisikin syytä kiinnittää jatkossa huomiota asiakasmäärien lisäämiseksi.

Taulukossa 4 ilmenevät tuloksissa erot lounaan käyttötiheydessä ammattiryhmien välillä johtunevat lääkäreiden paremmasta mahdollisuudesta irrottautua omasta työstään lounaan ajaksi kuin myös korkeammasta tulotasosta. Koulutustasolla on tässä yhteydessä selvä merkitys lounaan käyttötiheyteen. Perusteena ei voida kuitenkaan pitää tietämättömyyttä terveellisestä ruokavaliosta ja elämäntavoista, sillä hoitoalalla työskentelevien tieto ihmisen ravitsemuksesta on varmasti hyvä. Hoitohenkilöstön ja muun henkilöstön, joista suurin osa on naisia, arvot ja asenteet ohjaavat heitä edelleen nauttimaan eväitä (Raulio ym. 2004). Eniten kahvila-ravintola Caterinan palveluja käyttäviä on kaikista huolimatta hoitohenkilöstön ryhmässä, sillä he muodostavat lukumääräisesti selvästi suurimman ryhmän (n=499). Eväiden käytön syyt ja eväiden kustannukset verrattuna lounasruokailuun olisikin erinomainen aihe jatkotutkimuksiin. Esimerkiksi opinnäytetyönä tehtävän tutkimuksen avulla voitaisiin selvittää, millaiseksi eväiden kustannukset



kohoavat ja mitkä ovat ne perimmäiset syyt, jotka johtavat eväiden käyttöön. Kuitenkin esimerkiksi oman kyselyni pohjalta saamieni tulosten pohjalta vastaajat pitivät työstä irrottautumista hyvin tärkeänä. Eväiden nauttiminen taukokuoneessa voi aina keskeytyä tai huonoimmassa tapauksessa jäädä kokonaan väliin.

Vastaajat voisivat antaa myös sanallista palautetta lounaspalvelujen käytölle. Asiakkaiden käytön perimmäisiin syihin voi paremmin saada vastauksen tätä kautta eli mitkä mahdollisesti ovat ne motiivit, jotka saavat asiakkaat valitsemaan juuri kyseisen palvelun.

Lounaspalvelujen käyttämättömyyden esteistä esille nousi ruoan säännöstely. Mielestäni tässä yhteydessä pitäisi paremminkin puhua annoskoon ohjauksesta. Joitakin ruokia on säännösteltävä, jotta ruoka ei lopu kesken ja jotta katteet pysyisivät kurissa. Ilman joidenkin ruokien säännöstelyä olisi mahdotonta arvioida ruoan menekkiä ja riittävyttä. Myös kalliimpien vaihtoehtojen rajoittamaton tarjoaminen aiheuttaisi raaka-ainekustannusten kohoamisen liian suuriksi. (Laurila-Onttinen 2005.)

Lounasruokailun hinnoittelusta voin todeta, että työntekijöiden tilanne lounasruokailun hintojen suhteen on varsin hyvä. Hinnat, vaikka ne herättävätkin paljon keskustelua, ovat varsin kohtuullisia ja ennen kaikkea lounaan ateriahinnan muodostuminen on erittäin hyvin perusteltua. Kahvila-ravintola Caterina toimii liikelaitos-periaatteella eli se ei pyri tekemään toiminnallaan voittoa. Tämänkin johdosta ateriahinnat on asetettu kaikkia osapuolia mahdollisimman miellyttäväksi.

Asioinnin joustavuudessa voisi joskus olla parantamisen varaa. Asia nousi esille myös muutamissa avoimissa vastauksissa. Kassojen jonoja voisi tietysti nopeuttaa ottamalla molemmat kassat samanaikaisesti käyttöön ruuhkien/ryhmien yhteydessä. Astianpalautuspisteessä asiakkailla tulisi olla myös hieman enemmän malttia, sillä linjaston kapasiteetti on kuitenkin rajallinen eikä todellinen jonotusaika lopulta ole kovin pitkä.

Ruoan laadusta kysyttäessä hienoista kritiikkiä aiheutti samojen ruokien toistuvuus ruokalistoissa. Omaista mielestäni kahdeksan viikon kiertävä ruokalista on

kyllä melko vaihteleva, joten tämän seikan tiedottaminen voisi hieman vähentää vastaajien kriittisyyttä ruokalistojen vaihtelevuudesta. Viimeinen väittämä ruoan laadusta koski ruokien hinta-laatusuhdetta. Naisten (n=751) keskiarvo oli 2,80 ja miesten (n=141) 2,61. Alhainen keskiarvo selittynee sillä, että ateriahinta, on se sitten matala tai korkea, aiheuttaa usein keskustelua. Kahvila-ravintola Caterinan hinnan muodostuminen on erittäin hyvin perusteltu kuviossa 16, josta käy ilmi lounaan kulujakauma. Mielestäni tämän kulujakauman esittäminen asiakkaille voisi muuttaa negatiivista suhtautumista ateriahintoihin.

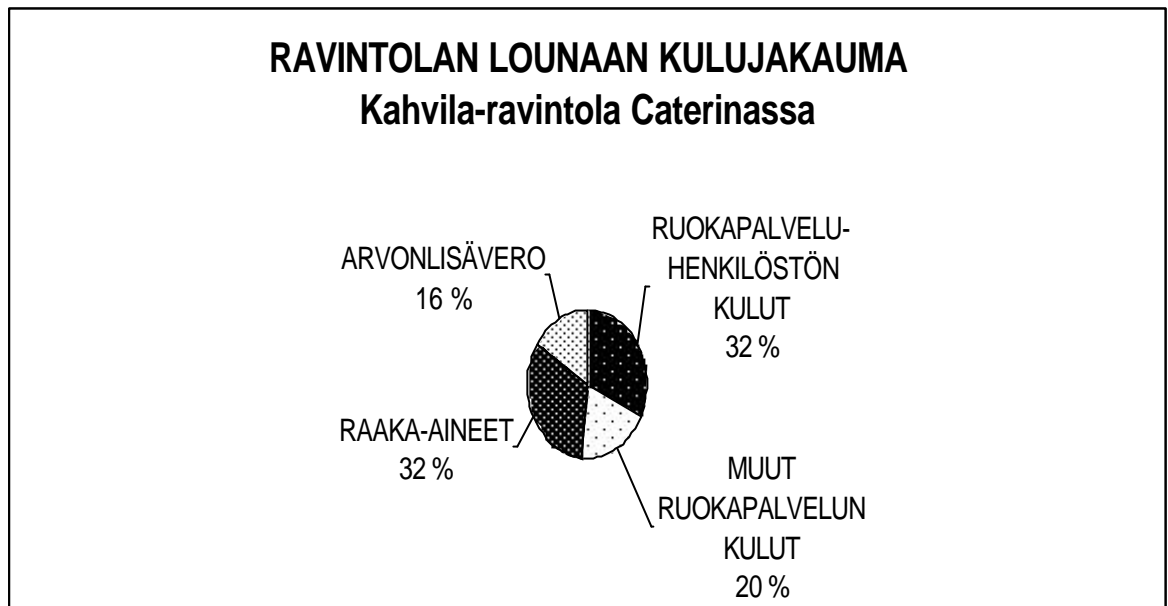
Ruoan laadun numeerinen keskiarvo jäi kysymyksessä 11 matalimmaksi. Tämänkin väittämän keskiarvo on hyvä eli vastaajat ovat olleet kyseisten väittämien kanssa samaa mieltä. Vastaajien mielestä odotukset täyttyivät kahvila-ravintola Caterinassa 3,29 arvoisesti. Näin voidaan päätellä, että vastaajat ovat kokonaisuutena ajatellen varsin tyytyväisiä kahvila-ravintola Caterinan tarjoamiin palveluihin.

Mitkä ovat sitten ne seikat, joihin kahvila-ravintola Caterinan tulisi kiinnittää tulevaisuudessa enemmän huomiota toimintansa tehostamiseksi? Asiakaskyselyn avulla kertynyt faktatieto antaa erinomaisia ideoita, vinkkejä ja ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi. Kyselyn reliabiliteetti on myös erittäin hyvä johtuen vastaajien erittäin suuresta lukumäärästä (n=927). Kiinnostus kyselyä kohtaan oli yllättävän suuri, jonka johdosta voidaan päätellä, että ruoka on ihmisiä paljon puhuttava asia ja että toiminnassa on myös jotain kehitettävää. Seuraavassa käsitellään kyselyn vastausten perusteella mahdollisia kehittämistoimenpiteitä kahvila-ravintola Caterinan toiminnassa.

## 1. Hinta

Hinta oli toteuttamani asiakaskyselyn eniten vastaajia puhuttanut seikka. Useimmat vastaajat kritisoivat hintojen olevan liian korkeita. Koskaan emme varmasti pääse tilanteeseen, jossa asiakkaat olisivat täysin tyytyväisiä hintoihin. Hintojen muodostuminen pitää perustella asiakkaille. Tietoisuuden lisääminen hinnan muodostumisesta asiakkaiden keskuudessa selkiyttää ja auttaa ymmärtämään, mistä lounaan ateriahinta muodostuu. Eli pelkistettynä ateriahinta ei siis voi olla

sama kuin raaka-aine-kustannukset. Perusteluiksi asiakkaille esitetään kuvio 16, kahvila-ravintola Caterinan lounaan kulujakaumasta.



KUVIO 16. Lounas (lämmin pääateria) työpaikkaruokailussa v. 2004 toimintolaskennan tiedoilla

Kuvion 16 avulla pyrin esittämään perustelut kahvila-ravintola Caterinan lounaan hinnanmuodostumiseen. Koska ravintolan hintataso ja hinta-laatusuhde aiheuttavat kovasti keskustelua ja kritiikkiäkin lähes päivittäin, on mielestäni paikallaan perustella, mistä ateriahinta muodostuu. Hinnat ovat erittäin kilpailukykyisiä ja ruoan taso on myös erittäin korkea.

Kahvila-ravintola Caterinan lounaan kulujakauma muodostuu monista osatekijöistä. Suurimpina kuluerinä ovat sekä raaka-ainekustannukset (32 %) että ruokapalvelun henkilöstökustannukset (32 %). Raaka-ainekustannukset lasketaan keskimääräisen annoskoon mukaan sisältäen hävikin. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri kuuluu hankintarenkaaseen, joka neuvottelee mahdollisimman edulliset hankintahinnat. Työkustannusten, jotka koostuvat suunnittelusta, hankinnasta ja varastoinnista, ruoanvalmistuksesta, jakelusta, asiakaspalvelusta ja tiedotuksesta, astiahuolosta, siivouksesta, biojätteestä ja hallinnosta, osuus on yhteensä 32 %.

Arvonlisäveron osuus on 22 % myyntihinnasta. Taulukossa mainittu arvonlisäveron osuus 16 % on laskettu työpaikkaruokailun ateriahinnasta, jossa hinta ei kata kustannuksia. Tämä johtuu siitä, että sairaanhoitopiiri tukee työpaikkaruokailua. Muiden kulujen osuus on 20 %. Ne koostuvat vuokrasta, kalusteiden ja laitteiden poistoista, peruspääoman korosta sairaanhoitopiirille, palveluiden ostoista (myös sairaanhoitopiiriltä), energiasta ja vedestä, astioista, kertakäyttö- ja muista tarvikkeista.

## 2. Kappalerajoitukset

Ruoan määrän rajoittaminen kappalerajoituksin oli toinen paljon kritiikkiä aiheuttanut asia. Kappalerajoitusten poistaminen vaikeuttaisi ruoan menekin arviointia ja pahimmassa tapauksessa ruoka loppuisi kesken. Kalliimpien ruokalajien kohdalla raaka-ainekustannukset nousisivat liian korkeiksi ja toiminnan jatkuminen vaikeutuisi. Asiakkaiden on ehkä vaikea ymmärtää näitä seikkoja, mutta jotenkin kappalerajoitukset pitäisi pystyä asiallisesti perustelemaan. Yksi mahdollisuus voisi olla, että pääraaka-aineita rajoittamalla asiakkaita pyritään ohjaamaan ravitsemuksellisesti oikeaan suuntaan eli lautasmallin mukaiseen ruokailuun. Näin ollen asiakas täyttäisi puolet lautasestaan salaateilla, neljäsosan lisäkkeillä, kuten perunalla, riisillä, pastalla ja lämpimillä kasviksilla, ja viimeisen neljänneksen varsinaisella pääraaka-aineella. Tarkoitushan ei ole lounaalla syödä viittä uunimakkaraa tai kahtakymmentä lihapullaa.

## 3. Tiedon lisääminen työnantajan tukemasta lounasruoasta

Vastaajien erittäin tärkeänä pitämästä työnantajan tukemasta lounaasta tulisi tiedottaa entistä paremmin. Asiakkaille tulisi kertoa tuen suuruudesta ja merkityksestä. Työnantajan tuen jatkuminen on ensiarvoisen tärkeää myös tulevaisuudessa.

## 4. Tietoisuuden lisääminen kiertävästä ruokalistasta

Kahvila-ravintola Caterinan käytössä olevasta kiertävästä ruokalistasta pitäisi tiedottaa asiakkaille tarkemmin. Monissa avoimissa vastauksissa kritiikkiä herättivät usein toistuvat ruokalajit. Kun kyseessä on kahdeksan viikon kiertävä ruokalista, niin tällöin samat ruokalajit toistuvat tietysti kahdeksan viikon välein. Uudistusta voisi ruokalistaan hakea esimerkiksi siten, että eri viikkojen sisällä olevia ruokala-

jeja voisi vaihtaa keskenään. Näin ollen alkuviikon ruokia voisikin tarjoilla loppuviikosta ja loppuviikon ruokia taas alkuviikosta. Tämä toisi jonkinlaista vaihtelua viikkojen sisällä.

#### 5. Teemapäivien toteuttaminen myös tulevaisuudessa

Vastaajilta tuli paljon myönteistä palautetta erilaisista teemapäivistä. Teemapäiviä kannattaa toteuttaa myös jatkossa. Mukaan mahtui myös kritiikkiä teemapäivistä. Jotkut vastaajat eivät halua mitään erityisiä teemapäiviä, mutta tämän seikan pystyisi ottamaan huomioon kyseisinä päivinä tarjoamalla toisena vaihtoehtona normaalia kotiruokaa.

#### 6. Vaihtelua lisäkesalaattipöytään

Vastaajat kaipasivat vaihtelua lisäkesalaattipöytään. Kurkkua ja tomaattia toivottiin jokaiselle päivälle. Tämän asian tiimoilta olisi hyvä järjestää jonkinlainen tuotekehityspalaveri, mikäli asiassa on todella korjaamisen varaa ja mikäli asia on mahdollinen toteuttaa raaka-ainekustannusten ym. puitteissa. Salaattien ohella myös salaatinkastikkeet kaipaavat vaihtelua asiakkaiden mielestä.

#### 7. Käytetyt raaka-aineet ja energiasisällöt esille ruokalistoihin

Monissa palvelun kehittämistä koskevissa toiveissa esitettiin ajatuksia siitä, että ruokalistoiissa esiintyisivät käytetyt raaka-aineet ruokala jeittain ja mahdollisesti myös ateriakohtaiset energiasisällöt. Toiveissa esitettiin myös, että ruokalistassa olisi keittiöhenkilökunnan ehdotus päivän sydänystävällisimmästä vaihtoehdosta. Mikäli nämä seikat ovat helposti toteutettavissa, ne ovat kokeilemisen arvoisia. Silloin tällöin myös malliannoksen koostaminen lautasmallin mukaan ruokalinjaston alkupäähän voisi muokata asiakkaiden ruokailutottumuksia ravitsemuksellisesti oikeaan suuntaan. Palvelun laatu kehittyisi kyseisillä seikoilla entistä asiakasystävällisempään suuntaan.

## LÄHTEET

- AC Nielsen. 2005. Lehdistöiedote. Horeca rekisteri. Julkaistu 23.11.2005. Viitattu 7.4.2006. [Http://www.acnielsen.fi/news/documents/HORECA\\_2005\\_TIEDOTE.pdf](http://www.acnielsen.fi/news/documents/HORECA_2005_TIEDOTE.pdf)
- Anttila, M. & Iltanen, K. 2000. Markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Bounton, P. 2005. Administering, analysing, and reporting your questionnaire. Viitattu 20.12.2005. [Http://bmj.bmjournals.com/cgi/content/full/328/7452/1372](http://bmj.bmjournals.com/cgi/content/full/328/7452/1372).
- Hasunen, K. 1994. Työpaikkaruokailu. Teoksessa Joukkoruokailun ravitsemussuosittukset. Toim. L. Airaksinen, P. Hakala-Lahtinen, K. Hasunen, A. Jäntti, M. Karppinen, L. Peltosaari, A. Schauman, R. Seppänen, R. Tainio, L. Vainio & L. Packalen. Helsinki: Painatuskeskus Oy, 17 - 18.
- Helakorpi, S., Patja, K., Prättälä, R. & Uutela, A. 2001. Suomalaisen aikuisväestön terveyskäyttäytyminen ja terveys. Helsinki: Kansanterveyslaitoksen julkaisuja B16/2001, 9 - 10.
- Hemmi, M. & Lahdenkauppi, M. 2002. Avec. Asiakaspalvelua ravintolassa. Porvoo: WSOY.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. 1.painos. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Holopainen, M. & Pulkkinen P. 1995. Tilastolliset menetelmät. Porvoo: WSOY.
- Huikkonen, J. 2005. Ympäristöanalyysi. Opintotehtävä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Johns, N. & Pine, R. 2002. Consumer behaviour in the food service industry: a review.
- Kahvila-ravintola Caterinan esittely hallitukselle. 2005. Power point -esitys.
- Kruse, B., Jacobsson, E.I.T. & Becker, U. 1990. Fett och energi I lunchmåltider. Vår Föda.
- Lahti, A. 1992. Markkinointi kilpailuetuna. Helsinki: International Networking Publishing INP.
- Lahtinen, P., Liski, K., Nurttila, A., Pirttiäho, M., Panzar-Seppälä, S. & Viljanen, R. 1991. Työpaikkaruokailututkimus Vantaan kaupungissa. Helsinki: Sosiaali- ja terveyshallitus, raportteja 28/1991.
- Laitinen, J. 2006. Työaikainen ruokailu työkyvyn edistäjänä. Viitattu 7.4.2006. BOLUS 1/2006, 14. Ravitsemusterapeuttien yhdistyksen lehti. 12. vuosikerta. [Http://www.ravitsemusterapeuttienyhdistys.fi/files/Bolus12006.pdf](http://www.ravitsemusterapeuttienyhdistys.fi/files/Bolus12006.pdf).

Laurila-Onttinen, T. 2005. Palaveri ruokapalvelupäällikkö Tuula Laurila-Onttisen kanssa 19.12.2005. Jyväskylä: Kahvila-ravintola Caterina.

Lele, M. M. & Sheth, J. N. 1991. Asiakas – Menestyksen avain. Jyväskylä: Gummerus.

Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Helsinki: WSOY.

Rauhala, P.-L., Mauno, I., Helenius, R. & Rissanen, P. 1983. Työpaikkaruokailun sosiaalitutkimus. Työpaikkaruokailun käyttö ja siihen yhteydessä olevat tekijät. Helsinki: Tampereen yliopiston yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos. Valtion ravitsemiskeskus.

Raulio, S., Mukala, K., Ovaskainen, M.-L., Lahti-Koski, M., Sirén, M. & Prättälä, R. 2004. Työaikainen ruokailu Suomessa. Kolmen valtakunnallisen seurantatutkimuksen tuloksia.

Rope, T. 1991. Asiakaskeskeinen markkinointi – näkemyksiä ja sovelluksia. Jyväskylä: Gummerus.

Suomalaiset ravitsemussuositukset – ravinto ja liikunta tasapainoon. 2005. Valtion ravitsemusneuvottelukunta. Viitattu 28.2.2006.

[Http://www.mmm.fi/ravitsemusneuvottelukunta/FIN11112005.pdf](http://www.mmm.fi/ravitsemusneuvottelukunta/FIN11112005.pdf)

Lautasmalli avuksi, maistamalla tutuksi. 2006. Suomen Sydänliitto ry. Viitattu 7.4.2006.

[Http://www.sydanliitto.fi/sydanliitto/sydanviikko\\_2006/ruoasta\\_puhtia/fi\\_FI/lautasmalli/](http://www.sydanliitto.fi/sydanliitto/sydanviikko_2006/ruoasta_puhtia/fi_FI/lautasmalli/)

Taskutietoa. 2005. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Esite.

Terveysteen tiedolla, taidolla ja yhteistyöllä. Ruokailu sairaalassa. 2005. Keski-Suomen sairaanhoitopiiri. Julkaistu 30.11.2005. Viitattu 30.3.2006.

[Http://www.ksshp.fi/netcomm/](http://www.ksshp.fi/netcomm/)

Vaaranen, V., Pakkala, K., Tainio, R. & Heiskanen, S. 1995. Tarvitaanko työpaikkaruokailua? Teoksessa Yksin vai yhdessä? Toim. K. Hasunen, P. Helminen, S. Lusa, R. Prättälä, R. Tainio & V. Vaaranen. Helsinki: Työterveyslaitos, 42 - 52.

Varonen, E. 2001. Työpaikkaruokailua tutkittiin Joensuussa. Kotitalous 6, 18 - 19.

Vartiainen, E., Bloigu, S., Urjanheimo, E.-L., Muuttoranta, A. & Tainio, R. 1991. Ruoan ravintoainesisältö työpaikkaruokailussa. Suomen lääkirilehti 27, 2525 - 2528.

Liite 1 Asiakaskyselyn yhteydessä lähetetty saatekirje vastaajille



**KAHVILA-RAVINTOLA CATERINAN ASIAKASKYSELY  
KESKUSSAIRAALAN JA SÄDESAIRAALAN HENKILÖKUNNALLE**

Olen Jaakko Kero ja opiskelen Jyväskylän ammattikorkeakoulussa restonomiksi palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmassa. Teen opinnäytetyötä Keski-Suomen keskussairaalan Kahvila-ravintola Caterinalle, jossa tarkoitukseni on tutkia vastaajien asiakastyytyvyyttä, tietoisuutta palveluista sekä selvittää mahdollisia kehittämiskohteita yrityksen toiminnassa.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5 minuuttia. Kaikkien arvontaan osallistuneiden kesken arvomme viisi lounasta Kahvila-ravintola Caterinassa sekä take away – tuotteita.

Mikäli kyselyyn vastaamisessa ilmenee joitakin ongelmia tai haluatte muuten saada lisää informaatiota kyselystä, niin ottakaa rohkeasti yhteyttä.

Jaakko Kero 050–549 7784



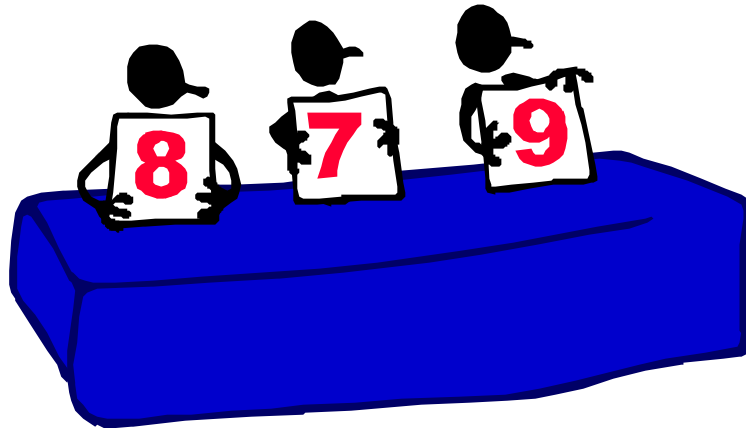
Liite 2 Kahvila-ravintola Caterinan ilmoitus asiakaskyselystä ruokalassa



KAHVILA-RAVINTOLA CATERINAN ASIAKASKYSELY  
HENKILÖKUNNALLE

(Kysely on lähetetty myös sähköisenä!)

Vastauslomakkeelle ja arvontalipukkeelle  
on oma palautuslaatikko



Liite 3 Asiakaskyselyn kirjallinen versio



ASIAKASKYSELY KESKUSSAIRAALAN JA SÄDESAIRAALAN  
HENKILÖKUNNALLE

Arvoisa vastaanottaja,

Haluamme kehittää palveluitamme ja toivoisimme Teidän vastaavan alla oleviin kysymyksiin 9.12.2005 mennessä. Kysely palautetaan sisäpostilla osoitteeseen: Ruokapalvelun toimisto, KS, N/0.

Kaikkien vastanneiden kesken arvomme viisi lounasta ravintolassamme sekä take away – tuotteita. Kiitos vastauksestanne!

TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli                      €Nainen      €Mies

2. Ikä              alle €21v    €21-30v    €31-40v    €41-50v    €51-60v    €yli 60v

3. Ammattiryhmä

€Lääkäri

€Hoitohenkilöstö

€Muu henkilöstö

4. Ruokavalio

€Ei erityisruokavaliota      €Vähälaktoosinen

€Laktoositon                      €Gluteeniton

€Kasvisruokavalio              €Muu, mikä? \_\_\_\_\_

(liite 3 jatkuu)

## LOUNASPALVELUT

5. Kuinka usein käytätte Kahvila-ravintola Caterinan lounaspalveluita?

€ Päivittäin                      € 2-3 krt/viikko

€ Kuukausittain                € Harvemmin

€ En ollenkaan

6. Miksi käytätte Kahvila-ravintola Caterinan lounaspalveluita? (rastita kolme tärkeintä kriteeriä)

€ Sijainti

€ Hyvä hinta- laatusuhde

€ Palvelu

€ Miljö

€ Sopivat aukioloajat

€ Lounasvalikoima

€ Hyvä ilmapiiri

€ Työnantajan tukema lounasruoka

€ Muu, mikä? \_\_\_\_\_

6.1 Mikäli ette käytä Kahvila-ravintola Caterinan lounaspalveluita, niin miksi?

€ Syön omia eväitä

€ Kaukainen sijainti omasta työpisteestä

€ Käytän sairaalan kahvioita

€ Lounaan tarjoilu-aika ei sovi minulle

€ En pidä miljööstä

€ Lounasvalikoima ei miellytä

€ Korkea hintataso

€ Muu peruste, mikä? \_\_\_\_\_

## KAHVILAPALVELUT

7. Kuinka usein käytätte Kahvila-ravintola Caterinan kahvilapalveluita?

€ Päivittäin

€ 2-3 krt/viikko

€ Kuukausittain

€ Harvemmin

€ En ollenkaan

(liite 3 jatkuu)

8. Miksi käytätte Kahvila-ravintola Caterinan kahvilapalveluita? (rastita kolme tärkeintä kriteeriä)

- |                  |                            |
|------------------|----------------------------|
| € Sijainti       | € Hyvä hinta- laatusuhde   |
| € Palvelu        | € Tuotevalikoimien laajuus |
| € Miljö          | € Sopivat aukioloajat      |
| € Hyvä ilmapiiri | € Muu, mikä? _____         |

8.1 Mikäli ette käytä Kahvila-ravintola Caterinan kahvilapalveluita, niin miksi?

- |                              |  |
|------------------------------|--|
| € Syön omia välipaloja       | € Kaukainen sijainti omasta työpisteestä |
| € Käytän sairaalan kahvioita | € Aukioloajat eivät sovi minulle         |
| € En pidä miljööstä          | € Tuotevalikoima ei miellytä             |
| € Korkea hintataso           | € Muu peruste, mikä? _____               |

#### MUUT PALVELUT

9. Oletteko tietoinen seuraavista palveluistamme?

	Kyllä	Ei
1) Take away – myynti	€	€
2) Päivystysateriat (toimitus osastoille)	€	€
3) Front cooking – ateriat	€	€
4) Tilaustarjoilu	€	€
5) Kabinettivuokraus	€	€

#### PALVELUN LAATU

10. Miten mielestänne voisimme kehittää palvelujamme? Rastita mieleisesi vaihtoehdot.

- € Ruokalajivalikoiman uudistaminen, toiveita: \_\_\_\_\_
- € Kahvilavalikoiman muokkaaminen, toiveita: \_\_\_\_\_
- € Take Away – valikoiman lisääminen, toiveita: \_\_\_\_\_
- € Lisää erilaisia teemapäiviä ja – tuotteita, toiveita: \_\_\_\_\_
- € Erilaisten kampanjatarjousten avulla
- € Muita ehdotuksia: \_\_\_\_\_

(liite 3 jatkuu)

## 11. Ympyröikää mieleisenne väittämä

	Täysin samaa mieltä			Täysin eri mieltä
<b>RAVINTOLAN YLEISVAIKUTELMA</b>				
Ravintola Caterina on siisti	4	3	2	1
Ravintolassa on miellyttävää asioida	4	3	2	1
Ravintolassa on mukava tunnelma	4	3	2	1
<b>PALVELU</b>				
Palvelu on ystävällistä	4	3	2	1
Asiointi on joustavaa	4	3	2	1
Ravintolassa on sopivat aukioloajat	4	3	2	1
Palveluista tiedottaminen on riittävää	4	3	2	1
<b>RUOAN LAATU</b>				
Tarjottavia vaihtoehtoja on riittävästi	4	3	2	1
Tarjottava ruoka on maukasta	4	3	2	1
Ruokalistat vaihtelevat riittävästi	4	3	2	1
Hinta-laatusuhde on kohdallaan	4	3	2	1
<b>ODOTUSTEN TÄYTTYMINEN</b>				
Asiointi täyttää odotukseni	4	3	2	1
Olen tyytyväinen palveluun	4	3	2	1
Olen tyytyväinen tuotteisiin	4	3	2	1

11.1 Mikäli vastasitte yllä oleviin kohtiin (1-2), niin minkä vuoksi?

---



---



---



---

(liite 3 jatkuu)

12. Terveiset henkilökunnalle

---

---

---

---

-----leikkaa katkoviivaa pitkin -----

Arvontalipuke, palautus 9.12.2005 mennessä.

Palautus sisäpostilla osoitteeseen: Ruokapalvelun toimisto, KS, N/0.

Nimi: \_\_\_\_\_

Puh: \_\_\_\_\_

Liite 4 Ilmoitus asiakaskyselyn palkinnon voittaneista



KESKUSSAIRAALAN

KAHVILA-RAVINTOLA CATERINAN ASIAKASKYSELY

Caterinan asiakaskyselyyn vastasi 927 keskussairaalan ja sädesairaalan työntekijää. Näin suuri vastaajamäärä ilahdutti tutkimuksen tekijöitä ja kertoi tutkimuksen tarpeellisuudesta. Vastauksia käsitellään parhaillaan ja tuloksia esitellään keväällä Mitä kuuluu -lehdessä ja Santrassa.

Asiakaskyselyn arvonnin voittajat:

Lounas ja jälkiruoka:

Sirpa Falck-Leppänen, Anssi Korppi, Hanna Mörsky, Kirsi Nieminen ja Aki Tiainen

Take away -tuotepaketti:

Tuula Granroth, Kaija Jäntti, Ritva Kaksonen,

Markku Liuski ja Mirva Ojalehto

Kiitos kaikille vastaajille ja onnea voittajille!

Liite 5 Lehtijuttu sairaalan henkilökunnan Mitä kuuluu – lehteen

Mitä kuuluu – lehti 03/2006

## **ASIAKASKYSELY KAHVILA-RAVINTOLA CATERINASSA**

Jaakko Kero, Jyväskylän ammattikorkeakoulu

### **Toimeksianto**

Syyskuussa 2005 sain Kahvila-ravintola Caterinasta mielenkiintoisen toimeksianton, joka koski yrityksessä toteutettavaa asiakaskyselyä. Toimeksianto tulisi samalla olemaan minun, restonomiopiskelija Jaakko Keron, opinnäytetyö. Työn tavoitteena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä Caterinan palveluihin, tietoisuutta yrityksen tarjoamista palveluista sekä löytää kyselyn avulla mahdollisia kehittämiskohteita toiminnassa tulevaisuutta silmällä pitäen. Kysely toteutettiin ajalla 30.11.–9.12.2005.

### **Mielenkiintoa**

Asiakaskyselyn vastausmäärä, 927 vastaajaa, yllätti sekä minut asiakaskyselyn laatijana että toimeksiantajan erittäin positiivisesti. Mielenkiinto kyselyä kohtaan johtui varmasti vastaajien halusta auttaa ja kehittää palvelua entistä menestyksellisempään suuntaan. Ruoka on aina ollut ihmisiä paljon puhuttava asia ja tulee sitä varmasti myös tulevaisuudessa olemaan. Joka tapauksessa allekirjoittaneen oli upeaa huomata vastaajien suuri innostuneisuus vastaamiseen. Tämän lisäksi vastaajien suuri lukumäärä parantaa tehdyn kyselyn luotettavuutta eikä sattumalla ole näin ollen vaikutusta saatuihin tuloksiin.

### **Asiakaskyselyn tuloksista**

Miltä saadut tulokset sitten vaikuttivat? Kokonaisuutena ajatellen vastaajat olivat hyvin tyytyväisiä kahvila-ravintola Caterinan tarjoamiin palveluihin. Seuraavassa kooste vastauksista:



**Vastaaajien ruokavaliot**

Ei erityisruokavaliota 76,7 %

Vähälaktoosinen 12,7 %

Laktoositon 5,1 %

Kasvisruokavalio 2,3 %

Gluteeniton 0,6 %

Muu ruokavalio 2,6 %

Oheisesta taulukosta käyvät ilmi vastaajien ruokavaliot. Suurimmalla osalla vastaajista ei ole erityisruokavaliota (76,7 %). Vähälaktoosisista ruokavaliota noudattaa 12,7 % vastaajista laktoosittomien osuuden ollessa 5,1 %.

**Lounaspalveluiden käyttötiheys**

Päivittäin 26,8 %

2-3krt/vko 26,4 %

Kuukausittain 26,4 %

Harvemmin 17,4 %

En ollenkaan 2,9 %

Kahvila-ravintola Caterinan lounaspalveluita käyttää päivittäin 26,8 % vastaajista. Myös 2-3 kertaa viikossa sekä kuukausittain palveluita käyttäviä on käytännössä saman verran eli 26,4 %. Mutta kun erottelemme palvelua käyttävät ammattiryhmittäin, niin tällöin vastaajien välille syntyykin varsin suuria eroja palveluiden käytössä.

**Päivittäinen käyttö ammattiryhmittäin**

Lääkärit 68,4 %

Muu henkilöstö 30,4 %

Hoitohenkilöstö 18,0 %

Lounasruokailulla on ravitsemuksellisen merkityksen lisäksi työntekijälle myös sosiaalinen merkitys. Kiireisestä työstä lounaan ajaksi irrottautuminen koetaan vastaajien keskuudessa hyvin tärkeäksi jaksamisen kannalta. Samalla voidaan vaihtaa kuulumiset tuttujen kanssa ja nauttia valmiin pöydän maittavista antimista.

Erona taukahuoneessa ruokailemiselle on myös, että taukuhuoneesta tullaan helposti pyytämään apua ja näin ollen lakisääteinen ja jaksamisen kannalta erityisen tärkeä lounashetki keskeytyy, jää lyhyeksi tai huonoimmassa tapauksessa peruuntuu kokonaan.

### **Valintaperusteet lounaspalveluiden käytölle**

1. Lounasvalikoima 51,7 %
2. Sijainti 38,0 %
3. Työnantajan tukema lounasruoka 33,2 %
4. Hyvä hinta-laatusuhde 30,6 %

Tärkeimpänä perusteena lounaspalveluiden käytölle vastaajat pitivät monipuolista ja maittavaa lounasvalikoimaa (51,7 %). Sijainti (38,0 %) koettiin myös hyvin merkitykselliseksi. Työnantajan tukema lounasruoka sai 33,2 %:n kannatuksen ja myös lounaan hyvää hinta-laatusuhdetta (30,6 %) pidettiin yhtenä tärkeimmistä perusteista Caterinan lounaspalveluiden käytölle.

### **Lounaspalveluiden käyttämättömyyden perusteet**

1. Syön omia eväitä 36,2 %
2. Korkea hintataso 11,7 %
3. Kaukainen sijainti omasta työpisteestä 9,3 %

Omien eväiden syöminen (36,2 %) oli merkittävin peruste lounaspalveluiden käyttämättömyydelle. Hintatason korkeus (11,7 %) muodosti esteen osalle vastaajista. Caterinan kaukainen sijainti omasta työpisteestä (9,3 %) vaikutti myös jonkin verran siihen, että lounaspalveluita ei käytetä. Kuten seuraavasta kappaleesta käy ilmi, niin Caterinan hinnat ovat hyvin kilpailukykyiset ja kyllähän omien eväiden tekeminenkin maksaa unohtamatta lounashetken sosiaalista vaikutusta ja työstä irrottautumista. Kaukaisen sijainnin osalta työnantajan ajallinen tuki olisi tarpeen työntekijöiden henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin kannalta.

### **Tietoisuus tarjotuista palveluista**

Vastaajien tietoisuus Kahvila-ravintola Caterinan tarjoamista palveluista, take away, tilaustarjoilu, kabinettivuokraus, front cooking ja päivystysateriat, oli erittäin hyvä.

### **Palveluiden kehittäminen**

Lisää erilaisia teemapäiviä 43,4 %

Kampanjatarjoukset 40,4 %

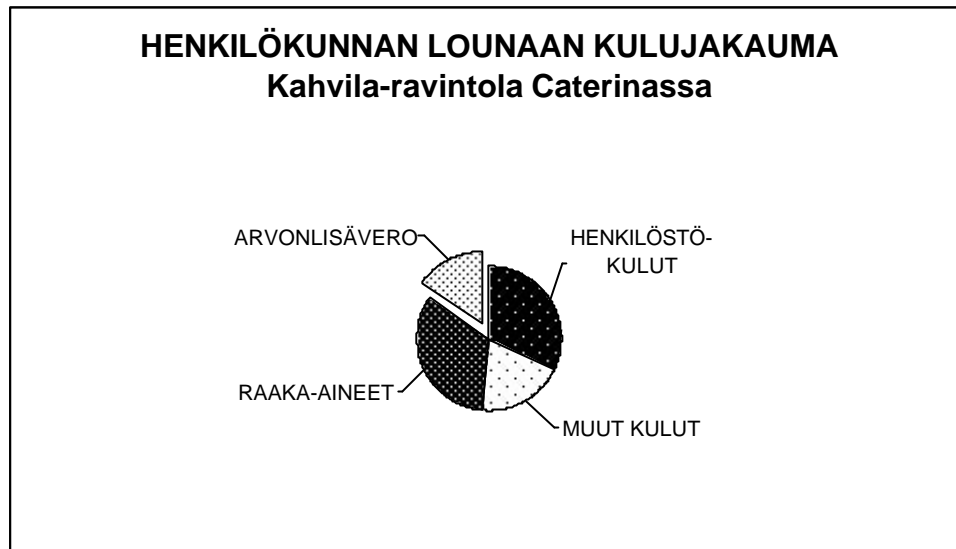
Take away – valikoiman lisääminen 23,3 %

Vastaajat toivoivat kovasti erilaisia teemapäiviä lisää (43,4 %) jo aiemmin toteutettujen tapaan. Myös kampanjatarjoukset (40,4 %) saivat runsaasti kannatusta ja tällä hetkellä onkin voimassa vastaajien paljon toivoma kampanja ”erikoiskahvi eurolla”. Take away – valikoimiin toivottiin lisäyksiä (23,3 %) sekä erikokoisten annosten että uusien tuotteiden muodossa.

### **Hinnat**

Eniten keskustelua herätti lounaan hinta. Hinta on varmasti sellainen asia, joka puhuttaa nyt ja tulevaisuudessa. Miten me määrittelemme sen, mikä on oikea hinta? Kohtaavatko meidän omat odotusarvomme todellisuuden kanssa?

Asiaan perehtyneenä voin todeta, että hinnat Caterinassa ovat hyvin kilpailukykyiset. Oheinen kuvio lounaan hinnanmuodostuksesta kertoo varsin hyvin sen, että lounaan ateriahinnat ovat nyt juuri sillä tasolla, millä ne voivatkin olla. Liikelaitosperiaatteella toimivana yrityksenä Caterinan tavoitteena ei ole tuottaa voittoa ja näin ollen pyrkiä maksimoimaan katetta, vaan kattaa toiminnasta aiheutuneet kulut. Täten lounaan ateriahinta ei voi siis olla sama kuin mitä ateriaan käytetyt raaka-aineet (n. 32 %) maksavat.

**Kuvateksti:**

**Raaka-ainekulut** lasketaan keskimääräisen annoskoon mukaan sisältäen hävikin.

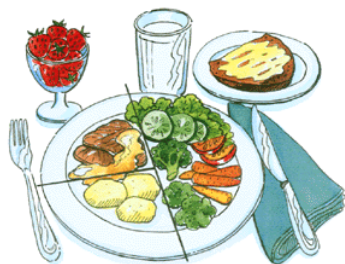
**Henkilöstökulut:** suunnittelu, hankinnat ja varastointi, ruoanvalmistus, jakelu, tiedotus, asiakaspalvelu, astiahuolto, siivous, biojäte, hallinto

**Muut kulut:** vuokra, laitteiden ja kalusteiden poistot, peruspääoman korko shp:lle, palvelujen ostot, energia ja vesi, astiat, kertakäyttö- ja muut tarvikkeet

**Myyntihinta sisältää arvonlisäveron 22 %.**

**Kappalerajoitukset**

Ruoan määrien rajoittaminen kappalerajoituksin oli paljon kritiikkiä aiheuttanut asia. Caterinassa asiakkaat arvostavat matalaa hintatasoa. Mikäli kalliimpia raaka-aineita ei rajoitettaisi kappalerajoituksin, niin tällöin vapaasti ruokaa otettaessa ”suursyömärit” nostaisivat annoksen keskimääräistä hintaa ja toiminta ei olisi taloudellisesti mahdollista. Tämän lisäksi kappalerajoitusten poistaminen joidenkin ruokien kohdalla vaikeuttaisi ruoan menekin arviointia ja ruoka voi loppua kesken. Toinen hyvin merkityksellinen seikka pääraaka-aineiden rajoituksilla on se, että rajoitukset ohjaavat asiakkaita ruokailemaan ravitsemuksellisesti oikein eli ns. lautasmallin mukaisesti. Lautasmallin mukaisesti ruokaillessa täytetään lautasesta puolet kasviksilla, neljäsosa lisäkkeillä, kuten perunalla, riisillä ja pastalla ja viimeinen neljännes varsinaisella pääraaka-aineella. Näin ruokaillessa aterialta kertyvä energiamäärä ei muodostu liian suureksi, vaan jää noin 1/3 päivän kokonais- tarpeesta.



Kuva: Suomalaiset ravitsemus suositukset (Edita, 1998)

### Työnantajan tuki

Hyvin tärkeinä vastaajat pitivät työnantajan tukea lounasruokailussa (33,2 %) ja koenkin tämän seikan olevan hyvin tärkeä myös tuleva isuudessa.

### Vastaajien mielipiteet Caterinasta

#### **Yleisvaikutelma**

Vastaajien antama keskiarvo Caterinan yleisvaikutelmasta on 3,60. Asiakkaiden mielestä yleisvaikutelma on siis erittäin hyvä maksimiarvon ollessa 4 (täysin samaa mieltä).

#### **Palvelun laatu**

Palvelun laatua arvostettiin myös kovasti (ka 3,47) eli asiakkaat kokivat Caterinan palvelun laadun erittäin hyvänä.

#### **Ruoan laatu**

Ruoan laadun (ka 2,99) kokonaisarvosana jäi keskiarvoista matalimmaksi, mutta on myös hyvällä tasolla (3=samaa mieltä).

#### **Odotusten täytyminen**

Kahvila-ravintola Caterinassa asioiminen täyttää asiakkaiden odotukset oikein hyvin (ka 3,27). Keskiarvojen perusteella voi todeta, että tilanne on hyvä, mutta toki aina pitää pyrkiä kehittämään toimintoja asiakkaiden haluamaan suuntaan, jotta pystytään täyttämään kaikkien toiveet ja pysytään kovassa kilpailussa mukana.

## **Tulevaisuus**

Henkilökunnan ja asiakkaiden välisellä avoimuudella ja vuorovaikutuksella pystymme kehittämään Kahvila-ravintola Caterinan palveluita entistä parempaan suuntaan. Tämä asiakaskysely perusteellisuudessaan oli hyvä lähtölaukaus kohti nykyistäkin asiakaslähtoisempää tulevaisuutta. Asiakkaiden tarpeiden huomioiminen kaikessa tekemisessä ovat toiminnan luonnollisia lähtökohtia talouden kriteerejä kuitenkin unohtamatta. Päivittäisen palautteen avulla pystytään reagoimaan välittömästi toiminnassa ilmenneisiin epäkohtiin ja puuttumaan niihin mahdollisimman nopeasti. Virheitä sattuu ja tapahtuu varmasti meille kaikille, mutta kun jokainen muistaa hyvät tavat, eleet, toisten kunnioituksen ja huomioimisen, niin päästään varmasti hyvään lopputulokseen.

Lopuksi haluan vielä sanoa suuret kiitokset kaikille asiakaskyselyyn oman panoksensa antaneille! Asiakaskysely oli hyvin merkityksellinen sekä minulle oman opinnäytetyöni kannalta että myös Kahvila-ravintola Caterinalle ja siellä asioiville, palvelujen kehittämiseksi ja parantamiseksi tulevaisuudessa. Toivottavasti kyselyn tulosten avulla toiminta kehittyy entistäkin korkeatasoisemmaksi. Valmiiseen opinnäytetyöhöni voi tutustua touko-kesäkuun vaihteessa Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjaston internetsivujen kautta osoitteessa (<http://www.kirjasto.jypoly.fi>).

Nautinnollisia hetkiä kaikille Kahvila-ravintola Caterinassa myös jatkossa!

Ruokapalvelu kommentoi tuloksia ja kehittämissuunnitelmia seuraavassa numerossa.